



P

P

2

A Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano

A história da CDHU começa em 1949, com a sanção da Lei nº 483, que criou a Caixa Estadual de Casa para o Povo (CECAP), destinada, como o próprio nome indica, a pensar no financiamento e na construção de moradias para famílias de menor renda. De lá para cá, a empresa já recebeu outros nomes e passou por algumas estruturas, mas a sua finalidade continuou inalterada. Foi em 1964, com a sua regulamentação, que a companhia deu início efetivamente à construção habitacional. Já em 1981, começou a ser chamada de Companhia de Desenvolvimento de São Paulo (Codespaulo), até que, em 1984, mudou para Companhia de Desenvolvimento Habitacional (CDH). Foi em 1989 que virou Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano, sendo conhecida pela sigla CDHU. A Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano completou 75 anos de idade, representando um marco histórico no estado de São Paulo, uma vez que simboliza a tradição de levar dignidade às pessoas que mais precisam com atendimento habitacional, ao mesmo tempo que chancela a ampliação das modalidades de oferta de moradia e ainda o escopo de atuação, zelando também pelo planejamento e ordenamento das metrópoles. Ao longo destes anos, a companhia se tornou importante para o estado no combate ao déficit e à inadequação habitacional, além de se fortalecer a cada desafio superado, tornando-se a maior agente de promoção de moradia popular do País. Ao longo de sua história, a CDHU não apenas proporcionou moradia digna para aqueles que mais necessitam, como também ampliou o escopo de atuação para incluir o planejamento e ordenamento urbano das metrópoles. Essa evolução reflete uma abordagem contemporânea e multifacetada da política habitacional, alinhada às demandas urbanas atuais. A CDHU já entregou mais de 550 mil moradias em 631 municípios, entre construção de unidades e cartas de créditos para aquisição da casa própria. Ou seja, 98% cidades paulistas foram atendidas por ela. Nessas casas moram, em média, cerca de 2,2 milhões de pessoas. O número expressivo alcançado pela CDHU reforça sua capacidade de atuação, que, apesar de ter como principal finalidade prover atendimento habitacional para famílias de 1 a 10 salários mínimos, recebeu novas e importantes atribuições para, além de corrigir distorções sociais, antever eventuais problemas futuros que podem ser causados pelo crescimento urbano desordenado. Unindo tradição e uma visão moderna de política habitacional e de desenvolvimento urbano, a CDHU, que é o maior órgão de promoção de moradia popular do País, ampliou o escopo de atuação para planejar o ordenamento urbano das metrópoles e modernizou as modalidades de atendimento habitacional. Além disso, em 2023, a companhia recebeu impulso para aumentar ainda mais a capacidade de operação e hoje trabalha com a meta de construir 200 mil unidades habitacionais no estado em quatro anos, seja por construções realizadas diretamente pela CDHU, seja auxiliando a secretaria no planejamento de ações de programas originalmente concebidos pela pasta. Como saldo de todo o trabalho desempenhado ao longo destes 21 meses, 37,4 mil unidades já foram entregues, com o investimento estadual de R\$ 2,6 bilhões, e outras 108,7 mil já estão em produção, com previsão de investimentos do estado da ordem de R\$ 7,5 bilhões. A CDHU, uma nova potência, é um patrimônio. Vai muito além do que simplesmente fazer habitação, faz um trabalho de abordar as pessoas, um trabalho social. Entende a dor e os problemas de cada empresa transforma a vida das pessoas que receberam unidades, pois, assim, puderam realizar sonhos, criar os filhos, enfim, ter muita força para trabalhar, desempenhar suas atividades e ser feliz.

Os esforços da CDHU são contínuos. O déficit habitacional em São Paulo ainda é alto, assim como em todo o País, com milhares de famílias vivendo em condições precárias ou em áreas de risco. A missão da companhia, em alinhamento com a gestão governamental, é frear o agravamento do quadro de vulnerabilidade e segregação espacial, que dificulta o acesso das populações periféricas a oportunidades de emprego, educação e saúde.

Diante desse cenário complexo, a CDHU enfrenta o desafio de comunicar de forma eficaz sua missão e suas ações para a sociedade paulista. É essencial que a empresa promova uma imagem positiva, destacando o compromisso com a promoção da justiça social e do desenvolvimento urbano sustentável, fundamentado nas políticas públicas do Governo de São Paulo para habitação e urbanismo. É indispensável enfatizar os benefícios das políticas habitacionais para as famílias atendidas, bem como para as cidades.

Nesse sentido, é importante que CDHU invista em estratégias de comunicação que aumentem o engajamento com a comunidade, divulgando informações sobre programas habitacionais, esclareçam dúvidas e recebam feedback dos beneficiários. Uma comunicação eficaz deve ser transparente, acessível e participativa, visando fortalecer o vínculo entre a empresa, os beneficiários e a sociedade como um todo. É fundamental informar e engajar as famílias atendidas pelos programas habitacionais, oferecendo orientações claras sobre os processos de inscrição, seleção e obtenção de moradias. Além disso, é crucial promover a conscientização sobre os direitos e deveres dos beneficiários, incentivando a participação ativa e responsável na construção e manutenção de suas comunidades. Para a população em geral, a comunicação da CDHU deve destacar os benefícios sociais e econômicos das políticas habitacionais, sensibilizando a sociedade para a importância do acesso universal à moradia digna. É necessário divulgar os resultados alcançados pela CDHU, evidenciando o impacto positivo de suas ações na redução do déficit habitacional e na promoção do desenvolvimento urbano sustentável em todo o estado de São Paulo.

Objeto da licitação: a atuação da CDHU no atendimento a pessoas idosas em situação de vulnerabilidade social.

O envelhecimento da população é um fenômeno global que apresenta desafios significativos para as políticas públicas. A Organização Mundial da Saúde (OMS) estima que, nas próximas três décadas, o número de idosos no mundo será equivalente ao de crianças. No Brasil, essa realidade é igualmente alarmante. De acordo com o Censo Demográfico de 2022, a população com 60 anos ou mais atingiu 31,2 milhões, representando 14,7% do total da população, um aumento em relação aos 10,78% registrados em 2010. Essa tendência, impulsionada pelo aumento da expectativa de vida, deve persistir nas próximas décadas.

O envelhecimento traz à tona novas demandas para as esferas governamentais, que devem implementar políticas eficazes para garantir os direitos e a qualidade de vida dessa população. O aumento significativo de idosos destaca as desigualdades históricas no acesso a bens e direitos sociais, que afetam diretamente a experiência de envelhecer e perpetuam disparidades sociais.

Particularmente, o envelhecimento acentua as questões de vulnerabilidade social entre os idosos. A solidão, o abandono e a perda de vínculos familiares são causas comuns dessa vulnerabilidade, exacerbadas pela discriminação associada à idade e à pobreza. Essas condições frequentemente resultam na violação dos direitos dos idosos, exigindo uma resposta pública robusta e contínua.

Programa Vida Longa

A CDHU tem se dedicado, desde 1999, a atender a população idosa de baixa renda, destinando 5% de suas unidades habitacionais a esse grupo. Em 2019, o Governo do Estado de São Paulo lançou o Programa Vida Longa, que foca especificamente em idosos em situação de vulnerabilidade social, inserindo-se em uma política habitacional mais ampla que visa atender uma parcela crescente da população frequentemente negligenciada.

Regulamentado pelo Decreto nº 64.509, o programa promove uma abordagem integrada entre a CDHU, a Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação, e a Secretaria Estadual de Desenvolvimento Social. O objetivo central é a criação de moradias

comunitárias que não apenas proporcionem abrigo, mas também fomentem um ambiente de convivência e acolhimento para idosos vulneráveis.

Os projetos arquitetônicos são elaborados para atender às necessidades específicas dessa população, incorporando elementos de acessibilidade e segurança. Os condomínios, com no máximo 28 unidades, possuem áreas comuns que estimulam a interação social e o lazer, promovendo um estilo de vida ativo. O design segue os princípios do Desenho Universal, garantindo acessibilidade com características como barras de apoio, pias em alturas adequadas e pisos antiderrapantes.

Até o momento, o Programa Vida Longa já entregou 15 empreendimentos, totalizando 384 unidades habitacionais, e atualmente possui mais nove residenciais em construção, nos seguintes municípios: Americana, Araçatuba, Boituva, Capão Bonito, Garça, Olimpia, Pederneiras, Rio Claro e Salto de Pirapora, além de outros projetos em andamento para expandir a oferta de moradia para idosos. O modelo é de natureza pública, em que os moradores não pagam taxas de ocupação ou contas de água e luz, assegurando que os recursos sejam direcionados às necessidades básicas.

As prefeituras desempenham um papel crucial na identificação dos beneficiários e na doação de terrenos, além de serem responsáveis pela gestão e manutenção das moradias após a conclusão das obras. O investimento é realizado a fundo perdido, refletindo o compromisso do governo em garantir uma rede de suporte social que promova dignidade e independência aos idosos.

Em síntese, o Programa Vida Longa representa uma resposta significativa às crescentes demandas da população idosa no Brasil, reconhecendo a habitação como um direito fundamental. Ao integrar políticas habitacionais e sociais, o programa busca não apenas mitigar a vulnerabilidade, mas também promover inclusão e qualidade de vida, contribuindo para uma sociedade mais justa e solidária.

O programa é destinado a idosos com 60 anos ou mais, em situação de vulnerabilidade e risco social, que possuam vínculos familiares fragilizados ou rompidos, e que sejam independentes para realizar atividades diárias. Os interessados devem estar inseridos no CadÚnico, ter renda de até dois salários mínimos, com prioridade para beneficiários do BPC e aqueles em extrema pobreza, além de residirem no município há pelo menos dois anos.

Desafios e Objetivos de Comunicação

A CDHU tem sido fundamental na transformação das condições de vida dos idosos, e o Programa Vida Longa visa oferecer moradias que tragam esperança e qualidade de vida a essa população vulnerável. A comunicação deve engajar os públicos-alvo, tanto os beneficiários diretos quanto a população em geral. É crucial que a mensagem seja informativa, educativa e inspiradora, destacando os resultados das intervenções e os benefícios sociais e ambientais a longo prazo.

Para os beneficiários diretos, a campanha deve servir como uma fonte confiável de informações sobre as oportunidades oferecidas pelo Programa Vida Longa, garantindo que todos tenham acesso igualitário. Para o público em geral, é importante destacar o impacto positivo do programa em São Paulo, como a melhoria dos índices de desenvolvimento humano em saúde, educação e segurança.

Por meio de histórias inspiradoras e dados concretos, a comunicação deve demonstrar como o Programa Vida Longa contribui para a construção de uma sociedade mais justa e resiliente, mobilizando apoio e solidariedade da população e fortalecendo o compromisso do governo em enfrentar os desafios habitacionais de forma abrangente e sustentável.

P



Nossa entrega estratégica é a criação de campanha institucional que posiciona a CDHU como um agente promotor de transformação na vida das pessoas, direcionada à divulgação do Programa Vida Longa aos idosos, com 60 anos ou mais, em situação de vulnerabilidade social. Possui ainda valor de entrega, para informar os números do programa e os seus benefícios a todo o público em geral, nos municípios atendidos pelo Vida Longa e no estado de São Paulo.

Partido Temático e Conceito – "Acolhimento e Renascimento"

O tema da campanha enfatiza o acolhimento de idosos em situação de vulnerabilidade e, além de oferecer moradia, a ideia é que uma nova casa pode ser o ponto de partida para uma vida transformada, com dignidade e pertencimento, promovendo uma nova fase de integração social e um cotidiano confortável e acolhedor.

O conceito "Moradia que acolhe, vida que renasce" reflete o compromisso da CDHU em ir além da construção de habitações, buscando oferecer aos idosos um amanhã de autonomia e qualidade de vida. A mudança para um novo lar é vista como uma chance de acesso a moradias seguras e a serviços essenciais, elevando a qualidade de vida e beneficiando também as comunidades. O Programa Vida Longa, ao promover o desenvolvimento urbano, contribui para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva.

Para inserir nosso público nesse conceito de modo mais leve, usamos como ponto de partida uma forma carinhosa com a qual as pessoas expressam a idade: é comum se referirem à idade utilizando o termo "CASA". "A Maria já entrou na casa dos 60." "O João está na casa dos 70". Dessa maneira, fizemos um link entre a idade do nosso público-alvo com o produto em si, que são as casas da CDHU. As orientações para as inscrições do Programa Vida Longa estarão na landing page hospedada no site da CDHU (procurar a Prefeitura Municipal do município de interesse).

O programa é destinado a idosos com renda de até dois salários mínimos, que vivem sozinhos, independentes, sem vínculo familiar e em situação de vulnerabilidade social.

Para mais informações, os interessados podem se dirigir ao CRAS (Centro de Referência da Assistência Social) do município.

Partido gráfico

Assim como o discurso, o partido gráfico cria identidade forte com o tema, adotando, em primeiro plano, o elemento humano, idosos de 60 anos ou mais. Eles estão sempre inseridos no condomínio de casas do programa, mostrando clara e diretamente a acessibilidade dos espaços, as áreas sociais comuns e de lazer. Em algumas peças, utilizamos um bolo de aniversário com uma velinha marcando 60+, que é um número muito conhecido para designar o público idoso, para mostrar que, se eles já entraram na casa dos 60+, também já podem entrar numa casa do Programa Vida Longa. Em outras peças, também expomos o interior das unidades, a vida dos personagens em suas casas, em seu ambiente mais íntimo, como a decoração das casas, as lembranças, as histórias. Utilizamos um elemento da marca da CDHU, em vermelho, que remete a um telhado, para criar um link visual entre o programa e a companhia. Dentro desse elemento, inserimos nossas mensagens principais.

Além disso, as peças informarão as condições para inscrição, a quantidade de moradias aprovadas, os números que serão entregues e os municípios onde estão esses condomínios.

Principais pontos da estratégia de comunicação.

A quem dizer: a proposta dialoga com dois públicos-alvo: o primário – população idosa, beneficiada diretamente nos equipamentos comunitários de moradia gratuita.

E o público secundário – população em geral, beneficiada com a melhoria nos índices de desenvolvimento humano, que resulta do desenvolvimento habitacional e urbano, como saúde, educação, segurança etc.

Como dizer: o desenvolvimento estratégico da campanha reconhece a diversidade de públicos, adaptando a comunicação para vários grupos sociais e utilizando meios tradicionais e digitais de propaganda para alcançar os municípios onde ocorrem as intervenções do Programa Vida Longa. Isso inclui não apenas os beneficiários idosos em situação de vulnerabilidade social, mas também o público em geral e os moradores do estado de São Paulo.

Usaremos canais integrados de comunicação, combinando meios online, offline, ações de não mídia e recursos próprios da CDHU.

A campanha é adequada aos inúmeros pontos de contato, apresentando variações de apelos e conteúdo para uma abordagem convincente e assertiva ao público-alvo. A seleção de meios, amparada em dados do Target Group Index (TGI), realizado pelo Ibope Kantar Media, contempla mídia tradicional de massa (TV aberta, TV fechada, rádio, mídia OOH (outdoor, MUB, mídia DOOH – painéis de LED), internet (landing page, peças para redes sociais, formatos de mídia programática, banners para portais de notícias) e recursos próprios da comunicação da CDHU (site www.cdhu.sp.gov.br; perfis de redes sociais – Facebook, Instagram, YouTube e X, ex-Twitter, e Intranet).

A distribuição dos esforços de mídia, que detalharemos na Estratégia de Mídia e Não Mídia adiante, busca integrar as ferramentas e os meios convencionais e digitais de modo a cobrir o público-alvo primário – beneficiários diretos do Programa Longa Vida da CDHU – e o público secundário – população em geral, beneficiada com a melhoria nos índices de desenvolvimento humano, que resulta do desenvolvimento habitacional e urbano, como saúde, educação, segurança etc.

Por isso, estabelecemos quatro fases distintas, mês a mês: Fase 1 – Lançamento (impacto e mídia maciça para todo o público); Fase 2 – Esforço regional e local (fixação junto ao público primário – beneficiários diretos e indiretos do Programa Longa Vida); Fase 3 – Sustentação (cobertura regional e dirigida, com uso prioritário de mídia exterior); e Fase 4 – Sustentação (para o público geral, com formas inovadoras de comunicação na internet e uso de recursos próprios).

Quando dizer: a comunicação compreende 120 dias, de 1º de dezembro de 2024 a 30 de março 2025. Entendemos que ela deve ser linear e contínua por todo o período para que os objetivos de alcance e cobertura sejam cumpridos, com estratégia e economicidade. No período, distribuiremos cada fase citada no item anterior da seguinte maneira: abril – Fase 1 (lançamento); maio – Fase 2 (esforço regional e local); junho – Fase 3 (sustentação estadual com esforço local); e julho – Fase 4 (sustentação estadual com esforço local).

Instrumentos, ferramentas e meios de divulgação a serem utilizados: teremos um conjunto de peças e ações, entre corporificadas e não corporificadas, utilizando o conceito da campanha "Acolhimento e renascimento", destacando o visual do produto, e seus fortes argumentos convidativos à inscrição: as casas em condomínio adaptadas com acessibilidade externa e interna completa, com os espaços comuns para convivência e lazer, como área com aparelhos para atividade física, mesa de jogos, bancos de jardim, horta elevada e paisagismo, além das ações e dos números de atuação da CDHU.

A internet estará presente durante todo o período de veiculação, adotando a estratégia "always on", com o objetivo de dar amplitude e visibilidade.

A campanha será distribuída no ambiente digital por meio de banners para sites; filme de 30"; spot de 30" para rádio; carrossel para Stories e feeds das redes sociais; banners, criativos para mídia digital nos sites de notícias; bumper 6" para YouTube; covers para redes sociais; post/cards das redes próprias da CDHU; e-mail marketing; e cartaz 40 x 60 cm (peça de não mídia para o ambiente).

Ideia Criativa

P

~~8~~

Relação das peças corporificadas:

1. Filme 30" – para TV aberta, TV fechada e internet. Peça-âncora da campanha, desdobra o conceito central com argumento emocional e traz as ações do Programa Longa Vida no estado, nas regiões onde obras foram entregues e em andamento, e nos municípios onde os condomínios estão em obras. Função tática: impactar e dar ampla cobertura ao público-alvo e à população geral.
2. Ação de merchan break em dois programas de TV, diurnos e femininos, com a apresentadora Sônia Abrão. Função tática: explicar sobre o Programa Longa Vida à população em geral e ao público – alvo da campanha.
3. Spot 30" – a peça para rádio é informativa e apresenta o produto e as condições de adaptabilidade, além de abordar as principais condições para inscrição. Função tática: ampliar a cobertura regional e local.
4. Painel MUB CPTM – peça de OOH, no formato 2,38m x 1,12m, para divulgar o programa, dados dos beneficiários e orientar para saber mais como se inscrever (site da CDHU). Função tática: impactar, destacando o conceito da campanha em local de grande fluxo.
5. Outdoor simples – peça de OOH, no formato de 9m x 3m, papel, em nove cidades em que o programa está em obra, divulgando como se inscrever. Função tática: dar alto impacto e visibilidade nas principais vias da cidade junto ao público regional e local.
6. Banner internet, no formato 1.260 x 400 px – traz a apresentação do produto e como se inscrever. Para os sites de notícias Terra, do estado. Função tática: ampliar a visibilidade no ambiente digital e levar a audiência dos portais à URL de destino, a landing page oficial da campanha.
7. Carrossel, no formato 1.080 x 1.080px – peça para redes sociais (Instagram e Facebook) que traz a apresentação do produto, como se inscrever e os números das moradias aprovadas e entregues. Função tática: ampliar a visibilidade da campanha e promover o engajamento dos usuários de modo orgânico.
8. Reels 30" 1080x1920px – histórias reais (websérie) em que pessoas reais contam suas histórias de transformação, apresenta o produto, como se inscrever e os números das moradias aprovadas e entregues (serão 4 histórias diferentes, aqui corporificada com a senhora da horta). Função tática: trazer autenticidade e credibilidade à campanha com depoimentos dos próprios beneficiários.
9. Landing page – página da campanha, hospedada no site oficial da CDHU, que traz todo o conteúdo multimídia e informações. Função tática: ser o principal ponto de contato na internet e link de destino para as peças das redes sociais.
10. Cartaz, no formato 40 x 60 cm – peça de divulgação do programa, dados dos beneficiários e para orientar as inscrições (saiba mais no site da CDHU). Serão distribuídos cartazes nos postos de saúde e equipamentos da administração municipal das regiões com obras em andamento. Função tática: garantir a capilaridade da mensagem.

Peças não corporificadas

- 11 e 12. Versões (2) de Reels de 30", sendo os temas "Geral bolo + ginástica" e "Geral bolo + xadrez" ("Geral bolo + horta" foi corporificado).
- 13 a 15. Stories de 15" (3) para redes sociais. Histórias reais (websérie) em que pessoas reais contam suas histórias de transformação, apresentam o produto, como se inscrever e os números das moradias aprovadas e entregues. Com os temas "Geral bolo+ ginástica", "Geral bolo + xadrez" e Geral bolo + horta. Função tática: trazer autenticidade e credibilidade à campanha com depoimentos dos próprios beneficiários.
16. Merchan break – 1 gravação com as apresentadoras Regiane Táipas e Pamela Domingues do programa Mulheres. Função tática: explicar sobre o Programa Longa Vida à população em geral e ao público – alvo da campanha.

17. Vinheta (1) eletrônica de 10", no formato 1.920 x 1.080 px, para painel digital Mega LED 360, para o Terminal Rodoviário Tietê. Função tática: apresentar o produto, como se inscrever e o número dos condomínios aprovados.

18 a 21. Painéis digitais (4), no formato 5 x 1,50m, 8 x 1,50m, 11 x 1,50m e 6 x 2,0m – painel digital Mega LED, para veiculação no terminal rodoviário. Função tática: apresentar o produto, como se inscrever e o número dos condomínios aprovados.

22 a 33. Banners (12) para portais regionais, nos formatos pix de 728 x 90, 300 x 250, 750 x 210, 460 x 90, 970 x 250, 1.200 x 180, 300 x 100, 320 x 100, 900 x 25, 1.140 x 200, 860 x 260, 320 x 180 – para internet, nos 3 temas: Geral – bolo, xadrez e ginástica, com visuais diferentes para cada formato apresentando o produto, como se inscrever e o número dos condomínios aprovados. Para sites de notícias do estado e regionais. Função tática: ampliar a visibilidade no ambiente digital e levar a audiência dos portais à URL de destino, a landing page oficial da campanha

34 a 36. Banners (3) para a globo.com. Billboard Desk 970 x 250 px, meia-página 300 x 600 px, Retângulo Mobile 300 x 250 px e Native. Com 3 temas: Geral – bolo, xadrez e ginástica, com visuais diferentes para cada formato apresentando o produto, como se inscrever e o número dos condomínios aprovados. Para sites de notícias do estado e sites regionais. Função tática: ampliar a visibilidade no ambiente digital e levar a audiência dos portais à URL de destino, a landing page oficial da campanha.

37 a 43. Banners (7) para Uol.com. Display lab, nos formatos 300 x 250, 300 x 600, 728 x 90, 970 x 90, 970 x 250 e 320 x 100. Cada um com 3 temas: Geral – bolo, xadrez e ginástica, com visuais diferentes para cada formato apresentando o produto, como se inscrever e o número dos condomínios aprovados. Para sites de notícias do estado e sites regionais. Função tática: ampliar a visibilidade no ambiente digital e levar a audiência dos portais à URL de destino, a landing page oficial da campanha

44 a 49. Banners (6) para o R7, nos formatos Standard 970 x 250, 300 x 600, 300 x 250 e 728 x 90, Inread Desktop 620 x 350, Inread Mobile 280 x 250. Com 3 temas: Geral – bolo, xadrez e ginástica, com visuais diferentes para cada formato apresentando o produto, como se inscrever e o número dos condomínios aprovados. Para sites de notícias do estado e sites regionais. Função tática: ampliar a visibilidade no ambiente digital e levar a audiência dos portais à URL de destino, a landing page oficial da campanha

51 a 55. Banners (6) para o Terra, nos formatos standard 970 x 250, 300 x 600, 300 x 250, 728 x 90, Terra Vídeos – Inread Desktop 620 x 350 e Inread Mobile 280 x 250. Nos 3 temas: Geral – bolo, xadrez e ginástica, com visuais diferentes para cada formato apresentando o produto, como se inscrever e o número dos condomínios aprovados. Para sites de notícias do estado e sites regionais. Função tática: ampliar a visibilidade no ambiente digital e levar a audiência dos portais à URL de destino, a landing page oficial da campanha

55. Banner para Logan, no formato 320 x 460 px. Nos 3 temas: Geral – bolo, xadrez e ginástica – veiculação com geolocalização.

57 a 58. Reels (2) de 30" nos 2 temas: Geral – Bolo xadrez e Geral – Bolo ginástica. Histórias reais (websérie) em que pessoas reais contam suas histórias de transformação, apresenta o produto, como se inscrever e os números das moradias aprovadas e entregues. Função tática: trazer autenticidade e credibilidade à campanha com depoimentos dos próprios beneficiários.

59 a 61. Stories (3) de 15", nos 3 temas Geral – Bolo xadrez, Geral – Bolo ginástica e Geral – Bolo horta. Histórias reais (websérie) em que pessoas reais contam suas histórias de transformação, apresenta o produto, como se inscrever e os números das moradias aprovadas e entregues. Função tática: trazer autenticidade e credibilidade à campanha com depoimentos dos próprios beneficiários

62 a 64. Cards (3) para redes sociais, cada um com os temas Geral – bolo, xadrez e ginástica.

65. E-mail marketing com todas as informações da campanha, no formato 800 x 1.200 px, para envio aos funcionários públicos do estado de São Paulo.
66. Capa Facebook, no formato 851 x 315 px, com o tema geral.
67. Capa X Twitter, no formato 1.500 x 500 px, com o tema geral.
68. Capa YouTube, no formato 2.560 x 1.440 px, com o tema geral.
69. Bumper 6" – veiculado no YouTube. A forma inovadora traz a mensagem concisa da campanha para a mais importante plataforma de vídeo da internet. Função tática: trabalhar o alcance e a frequência da campanha, de maneira objetiva, rápida e eficiente, chegando a muitas pessoas com uma mensagem simples em curto espaço de tempo.

P



Estratégia de mídia

Cientes da missão de entregar para a população do estado de São Paulo toda a potência comunicacional e criativa deste Plano de Comunicação, conduzimos a estrutura midiática em total aderência com o pensamento criativo. Assim, divulgaremos nossa campanha – e seu vasto conteúdo – de forma atraente e relevante para cada universo de interesse que compõe a sociedade paulista, por meio de pontos de contato que garantem a eficácia e eficiência deste exercício simulado.

Considerando a variedade de temáticas geradas a partir das ações do Programa Vida Longa, que atende beneficiários idosos de 60 anos ou mais em situação de vulnerabilidade social, e que serão comunicadas pelas peças criativas, observamos a necessidade de mensagens com abordagem geral e específicas para o público primário que impactem o indivíduo ao longo de sua jornada de vida diária, com conteúdo que o sensibilize e o estimule a interagir com a campanha publicitária em questão. Diante deste cenário, faz-se primordial uma seleção de ambientes de entrega aderentes e assertivos.

Estrategicamente, o planejamento de mídia proposto objetiva impactar a população geral do estado de São Paulo e moradores das regiões e municípios beneficiados pelo Programa Vida Longa ao longo de sua rotina diária, em pontos de contato que garantam o conhecimento, a consideração, o entendimento e o engajamento com a campanha pelo período de lançamento (de 15 a 30 dias) e de sustentação (de 31 a 60 dias/de 61 a 90 dias, valorizando a relevância dos recursos próprios de comunicação da CDHU, respeitando a economicidade dos recursos financeiros e a otimização do investimento ao administrar de modo inteligente a verba de R\$ 5.000.000,00 destinada para este exercício simulado, conforme sinalizado no briefing.

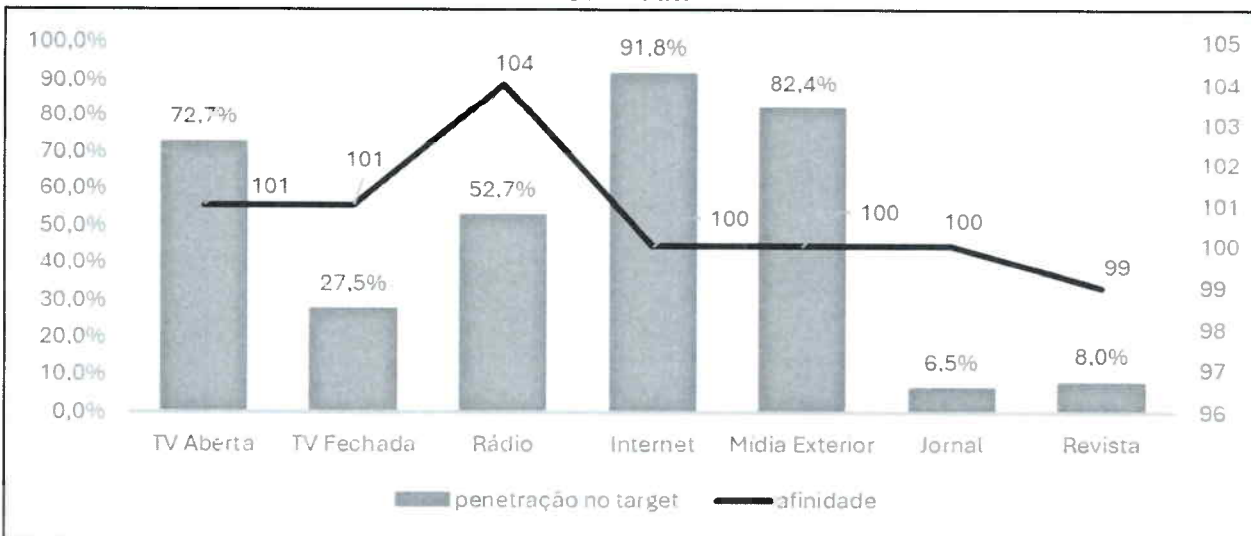
A análise técnica, baseada no consumo dos meios do Ibope TGI e demais dados afins, permite a seleção dos meios de comunicação com assertividade e pertinência com o panorama midiático atual, tendo em vista que precisaremos considerar os diversos públicos-alvo e as suas particularidades, sendo eles a seguir explicitados.

Públicos-alvo:

Beneficiários diretos do Programa Longa Vida – idosos 60 ou mais em vulnerabilidade social.

População em geral do estado de São Paulo – beneficiários indiretos das ações da CDHU, cujas melhorias nos índices de desenvolvimento humano resultam em desenvolvimento habitacional e urbano, como saúde, educação e segurança.

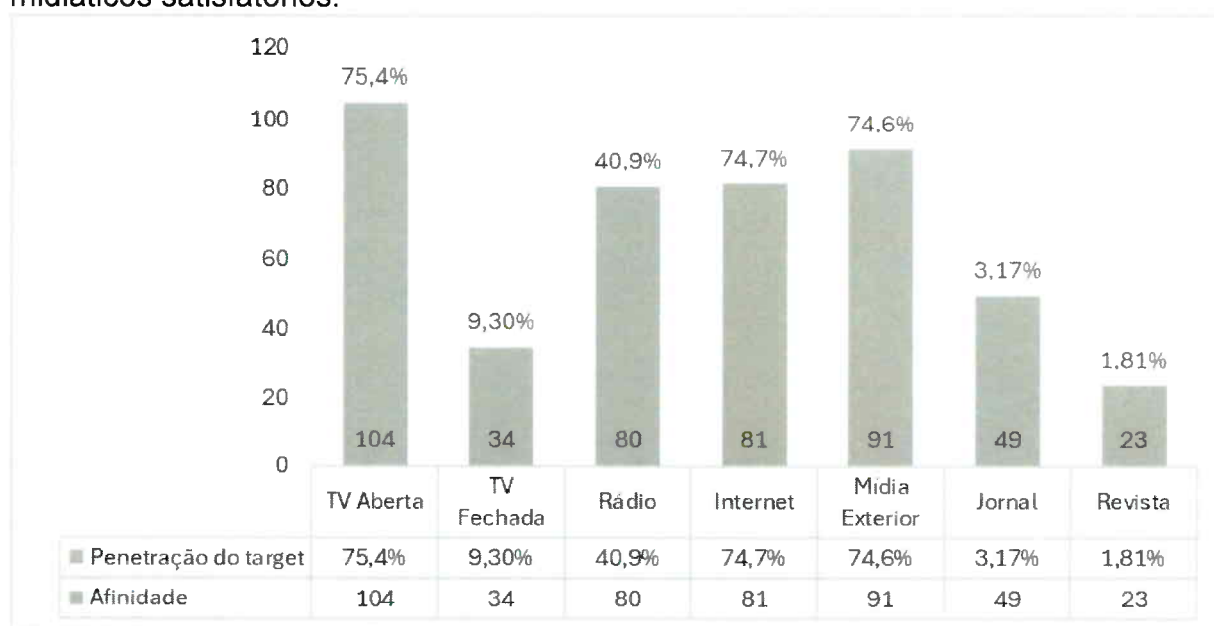
Consumo dos meios. AS. ABCDE 16+. SP – RM



(Ibope Kantar Media – TGI 2023)

A análise dos dados de consumo dos meios no público ambos os sexos, classes socioeconômicas ABCDE, 16+ anos, em São Paulo, acima, aponta para a seleção de televisão (aberta e fechada), internet, mídia exterior e rádio, uma vez que apresentam destaque em penetração em todos os universos avaliados, sendo a TV fechada o meio com menor penetração, porém com maior afinidade com o target formador de opinião. Lembrando que a penetração nos indica a amplitude da cobertura/alcance do meio nos universos; e a afinidade é um índice importante para a avaliação de dispersão em relação ao target objetivado.

Esses meios também possuem atributos subjetivos importantes em prol de resultados midiáticos satisfatórios.



Consumo dos meios AS, DE. Geral, SP – RM

(Ibope Kantar Media – TGI 2023)

Quanto ao público ambos os sexos, classes socioeconômicas DE, observamos, no consumo de mídia em São Paulo, que os hábitos evidenciam a presença marcante da TV aberta, destacando-se com 75,4%, e da internet, com a expressiva taxa de 74,7%, emergindo como uma plataforma poderosa e versátil. Esse dado reflete a crescente importância da web como um canal fundamental para o acesso a notícias, entretenimento e interações sociais nas classes DE.

A mídia exterior, com participação de 74,6%, também tem papel impactante e democrático na comunicação. O rádio, embora com a taxa de 40,9%, mantém relevância nas classes DE, sendo um meio acessível e dinâmico para informações locais, entretenimento e música. Nesse contexto, compreender esses hábitos de consumo é fundamental para o desenvolvimento do plano de mídia sugerido para a campanha de divulgação do Programa Vida Longa, cujos beneficiários são idosos 60 anos ou mais em vulnerabilidade social.

Internet – possibilita a segmentação precisa via geolocalização e a entrega da mensagem por links, leitura de QR Code, entre outros.

As redes sociais, redes de áudio e vídeo, redes de sites, streaming e ambientes de interatividade oferecem possibilidade de reverberação da campanha por compartilhamento. Além disso, a plataforma digital permite o monitoramento da campanha, sendo relevante para o entendimento do comportamento da audiência e efetividade (otimização dos resultados) pela análise de performance/engajamento (para a visibilidade, avaliamos o CPV – Custo por View, o CPM – Custo por Mil Impressões e o total de visualizações; para a ação efetiva, o CPC – Custo por Clique, o CTR – Click-Through Rate e o aumento do tráfego do site).

OOH e DOOH (mídia exterior) – geram impacto por meio de grandes formatos e peças digitais e tecnológicas ao longo dos trajetos diários da população. Excelente para fixação da mensagem recebida pelos demais.

TV aberta – atinge grande número de indivíduos rapidamente. Possui apelo emocional e racional por meio da imagem, som e texto (lettering ou falado).

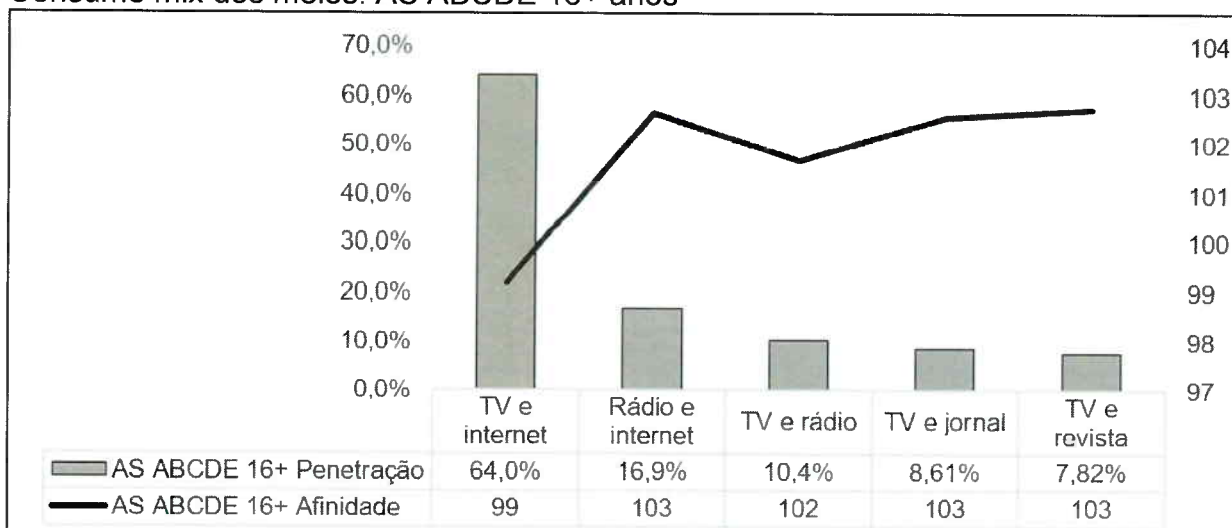
Rádio – permite atingirmos nichos específicos de acordo com o perfil da audiência de cada emissora, além de trabalhar a fixação da mensagem e agregar o poder de persuasão e identificação do meio e dos locutores com o ouvinte.

TV fechada – desempenha apoio fundamental à TV aberta. Com custos de inserção mais acessíveis, será possível aumentar a frequência de exibição dos nossos materiais. A oferta de conteúdo premium de diversos gêneros atrai cada vez mais um público qualificado para este meio, consolidando este segmento como importante ferramenta de comunicação.

No que diz respeito ao consumo simultâneo dos meios (Ibope TGI 2023), podemos observar, nos gráficos a seguir, que a internet e a TV são consumidas simultaneamente por todos os targets. Em segundo, temos o rádio e a internet. Este dado demonstra que os esforços dos meios se unem, potencializando a entrega da campanha e gerando maior conhecimento, entendimento, frequência de exposição e assimilação da mensagem/campanha. O relatório Inside Video 2023, da Kantar Ibope Media, mostra que a TV é mais democrática em relação às classes sociais, sendo 30% do público AB (40% do vídeo online), 49% do público C (48% do vídeo online) e 21% do público DE (12% do vídeo online).

92% dos brasileiros preferem a TV na hora de consumir vídeo no lar. Obviamente, na atualidade, o smartphone também tem relevância ao ser o segundo dispositivo em preferência para consumo de vídeo. O vídeo online chega a 51% das pessoas ao mês e a 32% diariamente. Entre todos os dispositivos analisados, como aparelhos de TV (conectados ou não), smartphones, tablets e computadores, 78,7% do tempo do consumo domiciliar foi dedicado à televisão linear (TVs aberta e paga) e 21,3% a plataformas online. Estes dados nos apontam, mais uma vez, que a força do mix de meios e a visão multiplataforma são indispensáveis para a eficácia e solução dos desafios de comunicação evidenciados nos exercícios abaixo demonstrados.

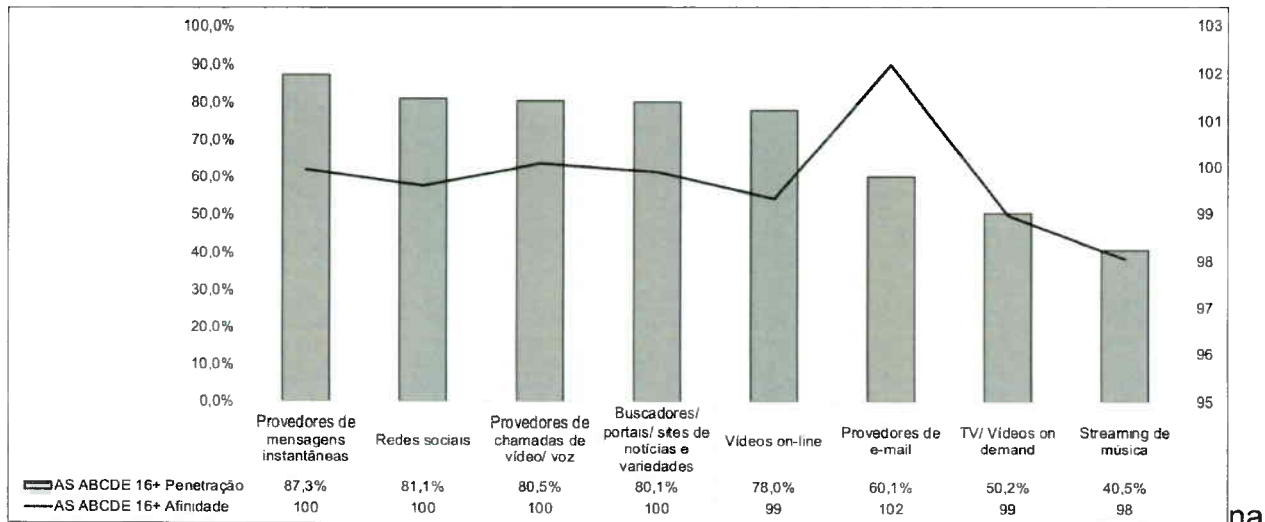
Consumo mix dos meios: AS ABCDE 16+ anos



(Ibope Kantar Media – TGI 2023 – SP – RM)

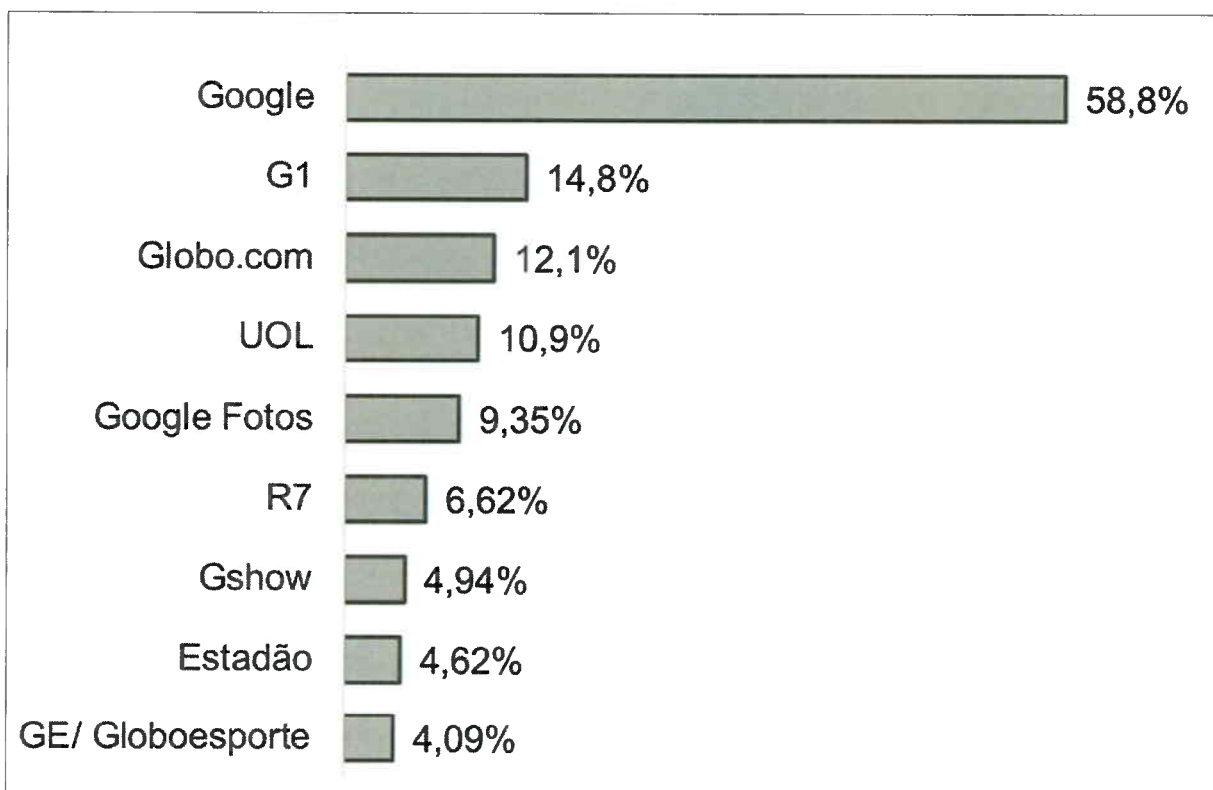
Ao olharmos mais detalhadamente o consumo da internet, diagnosticamos bons percentuais de penetração em provedores de mensagens instantâneas, redes sociais, provedores de chamadas de vídeo/voz, portais e sites, vídeos online, provedores de e-mail, TV/vídeos on demand e streaming de música, conforme constatado nos gráficos seguintes.

Consumo internet: AS ABCDE 16+ anos – SP.



(Ibope Kantar Media – TGI 2023 – SP – RM)

Consumo de portais, sites de notícias e redes sociais – SP:



(Ibope Kantar Media – TGI 2023 – SP – RM)

Os dados anteriores compõem um arsenal importante para a validação tática, já que as constantes evoluções tecnológicas se refletem no comportamento da sociedade em geral.

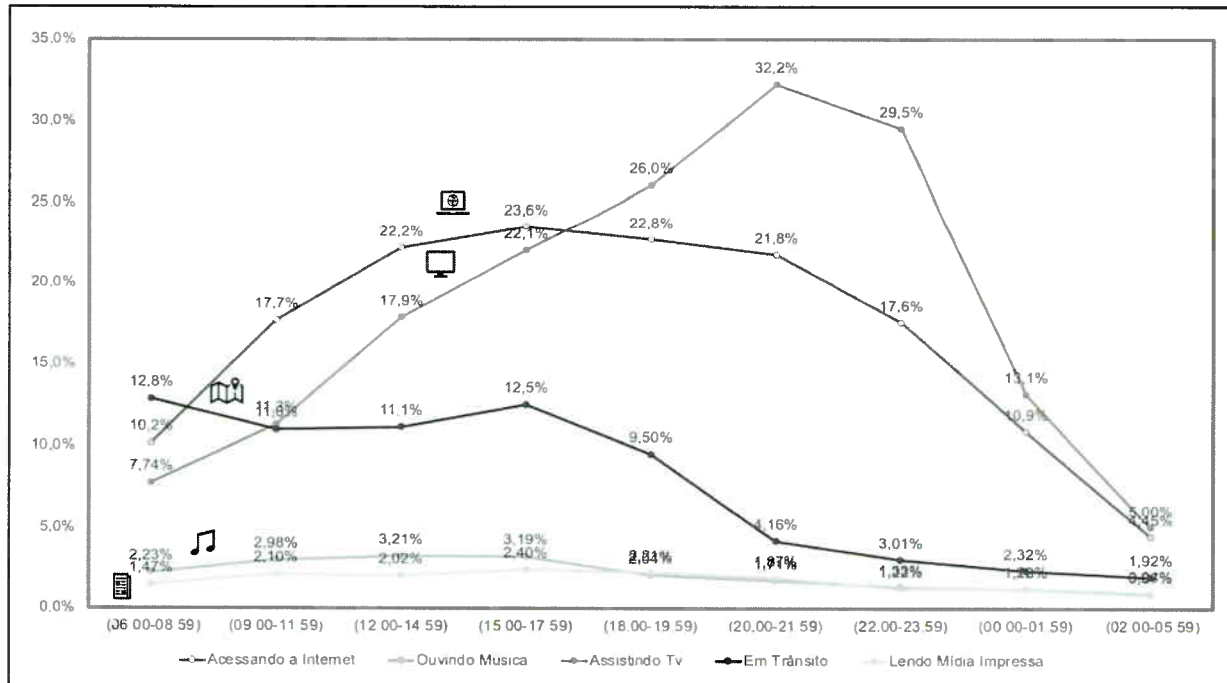
No que diz respeito ao hábito de acessar portais, sites de notícias e redes sociais, aprofundamos o estudo a fim de selecionar os principais veículos.

Taticamente também observamos o Diário de Atividades (Ibope TGI 2023) e diagnosticamos os momentos da jornada de cada nicho onde cada meio é mais consumido.

O comportamento do consumo maior ou menor dos meios ao longo do dia é semelhante em todos os universos estudados, com variações nas intensidades. Podemos concluir, pelo gráfico apresentado a seguir (AS ABCDE 16+ anos), que o deslocamento das pessoas (em trânsito) ocorre no decorrer do dia, com destaques para o início da manhã, reduzindo consideravelmente a partir do início da noite. Vale registrar que o momento em trânsito

sinaliza a exposição à comunicação “out of home” (fora de casa). A internet é o meio consumido mais linearmente ao longo da jornada diária, com aumento de consumo das 12h às 22h. A TV demonstra um consumo crescente ao longo do dia, com pico a partir das 20h. Ouvir música é um hábito linear ao longo do dia e, mesmo que apresente menor participação, configura o rádio das regiões administrativas como potente meio de complementação, recall e fixação da mensagem.

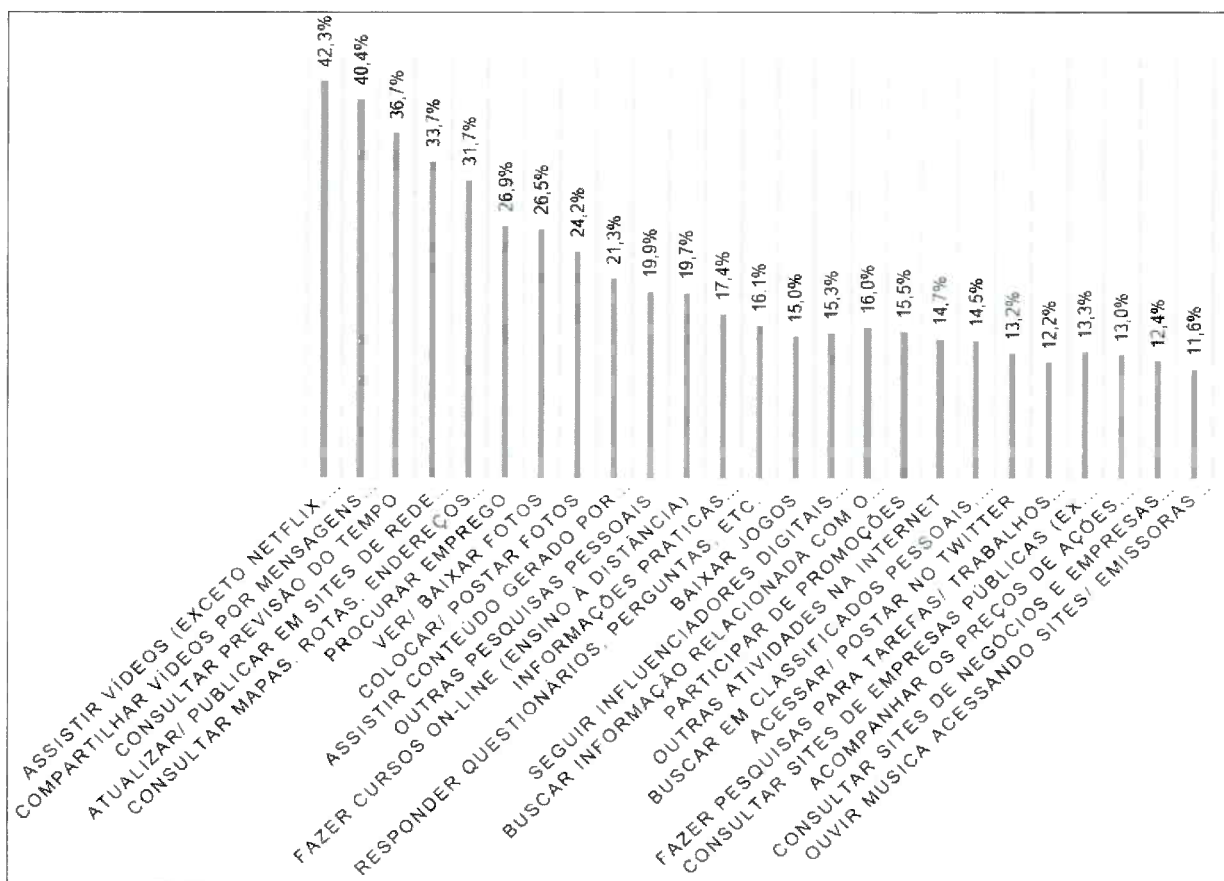
Diário de atividades. ABCDE 16+. SP



(Ibope Kantar Media – TGI 2023 – SP – RM)

É fato que a internet é o meio com presença intensa e linear na rotina do indivíduo. Sendo assim, a fim de sustentar o respaldo técnico que acompanhou todo o processo de construção midiática, analisamos as atividades na internet e os temas de interesse, cruzando com pesquisas comportamentais disponíveis em buscas Desk Research.

Fundamentamos o valor do vídeo na plataforma digital, a partir da análise dos dados a seguir, e identificamos que assistir a eles é a atividade principal neste ambiente. Um dos pontos de engajamento da campanha considera o hábito de compartilhamento de vídeos, sendo este o segundo comportamento de maior relevância no que diz respeito às atividades praticadas na internet, seguido de consulta de previsão do tempo e redes sociais.

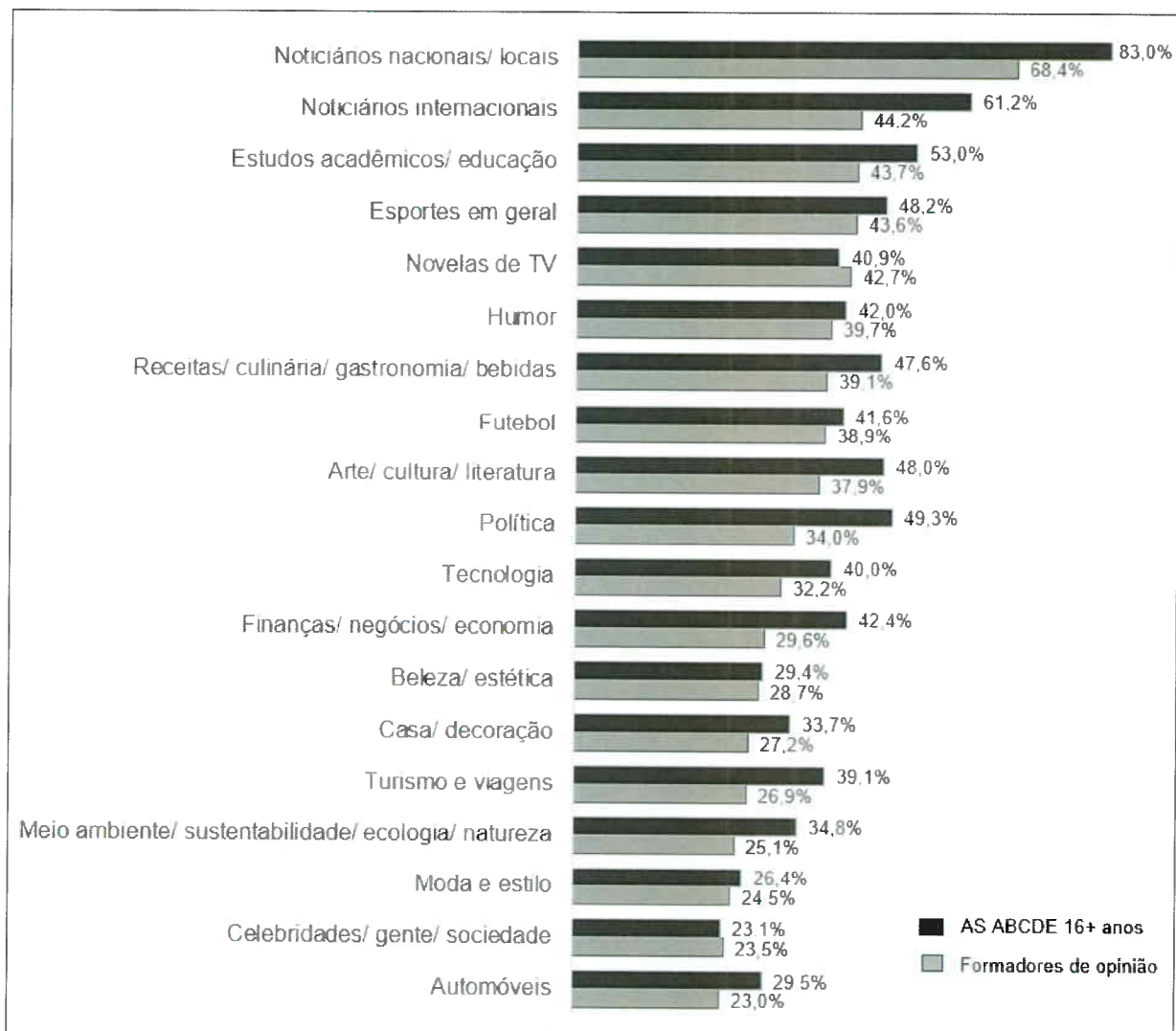


Atividades na internet: AS ABCDE 16+

(Ibope Kantar Media – TGI 2023) – SP – RM

Os temas de maior interesse são os noticiários, temas relacionados à educação, esporte e entretenimento, cancelando os ambientes editoriais selecionados, além dos contextuais relacionados a cada temática abordada: matérias sobre qualidade de vida, gastronomia, entretenimento e fofocas, acessibilidade, mulheres e outros conteúdos afins ao nicho de idosos, cadeirantes, entre outros.

Temas de interesse



(Ibope Kantar Media – TGI 2023). SP – RM

Unindo o conhecimento apresentado anteriormente com as informações que a pesquisa TGI nos dá sobre o consumo dos meios e a necessidade que o briefing descreve em divulgar para os idosos 60 anos e mais e seus familiares e mais para toda a população do estado de São Paulo sobre o conjunto de ações e intervenções que a CDHU vem realizando em todo o estado, a estratégia de mídia proposta é resumida em:

Beneficiários e familiares de idosos 60 anos ou mais, moradores nas regiões administrativas do estado onde está o Programa Longa Vida, entregues, em obras em processo de contratação e programados – para atingir esse público com abrangência e intensidade, utilizaremos as emissoras de TV aberta, programadas com compra regional (com programação local) + TV fechada (com programação estadual) + internet portais (com vídeos e banners nos sites de notícias, regionais e locais), além de programação nas formas inovadoras de comunicação com redes sociais direcionadas com geolocalização, YouTube e mídia digital em diferentes plataformas para o estado, regiões administrativas e locais + mídia exterior (MUB e Terminal Rodoviário Tietê, capital com grande fluxo de pessoas do interior), outdoor em nove cidades onde estão as obras em andamento + rádio locais em municípios em obras e regiões administrativas + cartaz 40 x 60 cm + recursos próprios da CDHU.

População em geral do estado de São Paulo – para atingir esse público, programamos TV aberta + TV fechada + internet portais (portais estaduais, mídia digital, YouTube) + formas

inovadoras de comunicação + terminais rodoviários, na capital do estado, com maior fluxo para o interior + recursos próprios da CDHU.

Priorizando esse mix de meios no lançamento da campanha por 30 dias (74% da verba de mídia) e a sustentação ao longo de 60 dias (15%), 90 dias (11%).

Vale observar que, como não mídia, propomos a distribuição de 40 x 60 cm, papel couché, 150 gramas – para divulgar o programa, dados dos beneficiários e orientar as inscrições (informações no site da CDHU), colocados nos postos de saúde, equipamentos da administração municipal das regiões com obras em andamento para garantir a capilaridade da mensagem.

A landing page, no site, com todas as informações das ações do Programa Vida Longa e da campanha publicitária, e o e-mail marketing enviado para os funcionários da CDHU serão potentes canais de propagação da campanha e para o aumento do alcance e economicidade, tendo em vista a amplificação do universo impactado a partir do compartilhamento das peças. Na landing page hospedada no site da CDHU, estarão as orientações para as inscrições do Programa Vida Longa (procurar a Prefeitura Municipal do município de interesse).

Dito isso, partiremos para o detalhamento tático proposto por esta licitante, refletindo o estudo técnico acima, além das necessidades comunicacionais analisadas a partir do aprofundamento sobre as ações da CDHU quanto ao atendimento a idosos 60 anos ou mais e seus familiares, ao longo do desenho deste Plano de Comunicação.

O detalhamento tático pode ser observado nas planilhas anexadas.

Resumo de investimentos em mídia por meio/veículos e produção. Apresentamos, na Planilha 1, a quantidade a ser produzida e distribuída de cada peça, com os custos de produção e formas inovadoras de comunicação unitários, totais e percentuais (peças de mídia e não mídia), além do período da mídia, a quantidade de inserções, os valores absolutos e os percentuais alocados por veículos e meios na mídia. Verba de R\$ 5.000.000,00, sendo mídia: R\$ 4.405.328,21 – 88,21%; formas inovadoras de comunicação: R\$ 282.438,00 – 5,66%; e produção R\$ 309.914,97 – 6,20%. Soma total: R\$ 4.997.68,20 – 100%.

Planilhão – detalhamento dos valores de produção e mídia. Planilha 1.

Cronograma geral e mensal, com período de distribuição, quantidade de inserções, valores mensais, totais e percentuais alocados por meio na mídia. Planilha 2

TV aberta estado de São Paulo – de 1º a 7 de dezembro – 42,78% do investimento. Planilhas 3, 4 e 5.

O filme 30" lança a campanha no estado de São Paulo, na TV Globo, no Domingão do Hulk, na TV Record, no programa Balanço Geral e na Novela da Tarde, no SBT, no Chega Mais, e na Band, no Jornal da Band e na TV Cultura, no programa Roda Vida.

Serão 234 inserções de 30" na programação estadual da TV Globo, da Record, do SBT, da Band e da Cultura.

Merchan break de 60" na Rede TV, ação gravada pela apresentadora Sonia Abrão para explicar o programa Vida Longa; e, na TV Gazeta, no programa Mulheres, com as apresentadoras Pamela Domingues e Regiane Tápias.

Observando que as emissoras contempladas já foram citadas acima, respeitando o share aproximado. Pontuamos que o vídeo de 30" terá exposição potencializada na plataforma digital e e-mail marketing com estímulo ao compartilhamento.

TV fechada – segmentação região metropolitana e estado de São Paulo – de 9 a 13 dezembro 2,23% do investimento. Planilha 6.

Serão 32 inserções do filme de 30", distribuídas nas principais emissoras de notícias e que possuem sinal específico para São Paulo capital e estado, sendo elas Globonews, BandNews, CNN, Jovem Pan News e Record News.

No meio TV, temos o total de 266 inserções com o filme de 30" e 4 ações de merchand break, com duração de 60".

Rádio – de 2 a 13 dezembro de 2024, de 6 a 10 de janeiro de 2025 e de 3 a 7 de fevereiro 2025 – 29,05%. Planilhas 7, 8 e 9.

Com 1.245 inserções de 30"; de 6 a 10 de janeiro de 2025, com 705 inserções de 30", e de 3 a 7 de fevereiro de 2025, com 585 inserções de 30", nas cidades e regiões administrativas, onde o programa está em obras e em regiões em contratação. Um meio local para a mensagem atingir o público-alvo prioritário.

Mídia exterior (DOOH/OOH) – segmentação região metropolitana – de 23 a 29 dezembro – 9,02% do investimento. Planilhas 10, 11 e 12.

CPTM. Na região metropolitana de São Paulo, de 16 a 22 dezembro e de 13 a 19 janeiro de 2025 – veicularemos 50 painéis estáticos nas estações Santo Amaro, Brás, Barra Funda, Osasco, Pinheiros, Autódromo, Grajaú, Luz e Santo André, no formato 2,38 x 1,12m. Planilha 10.

DOOH – Programamos o terminal na capital com maior fluxo de público: terminal rodoviário Tietê, com partidas/chegadas para todo o estado, formato mega LED 360 saguão principal – 5 x 1,50m (10"), mega testeira de LED saguão principal – 8 x 1,50m (10"), mega testeira de LED saguão no embarque – 11 x 1,50m (10"), mega LED desembarque – 6 x 2m (10") e 70 painéis embarque 1.920 x 1.080 pix (10"), no terminal rodoviário Jabaquara, com o maior fluxo de passageiros para a Baixada Santista, 3 totens principais de 1.080 x 1.920 px (10"). Planilha 11.

Outdoor: bi - semana, de 13 a 26 de janeiro de 2025.

Veiculação nas nove cidades em obras do programa em Americana (8 cartazes), Araçatuba (10 cartazes), Boituva (4 cartazes), Capão Bonito (2 cartazes), Garça (2 cartazes), Olímpia (8 cartazes), Pederneiras (2 cartazes), Rio Claro (12 cartazes) e Salto de Pirapora (2 cartazes). Planilha 12.

Portais – de 2 de dezembro 2024 a 28 fevereiro de 2025 – investimento de 10,30%, com segmentação geográfica para o estado de São Paulo – Planilha 13.

Teremos veiculação no período de 3 meses – de 2 de dezembro 2024 a 28 fevereiro de 2025, nos portais:

globo.com – banners, nos formatos 970 x 250 px, 300 x 600 px e 300 x 250 px, e vídeo de 30", totalizando 3.000.000 de impressões e 300.000 visualizações. No G1 – faremos um reforço com 3.000.000 visualizações. No portal UOL – banners, nos formatos 300 x 250 px, 300 x 600 px, 728 x 90 px, 970 x 90 px, 970 x 250 px e 320 x 100 px. Display Lab, nos formatos 970 x 90, 320 x 100, e vídeos de 30", totalizando 6.000.000 impressões e 900.000 visualizações. No R7 – banners, nos formatos 970 x 250 px, 300 x 600 px, 728 x 90 px e 300 x 250 px, mobile 280 x 250 px e vídeo de 30", totalizando 900.000 impressões e 90.000 visualizações. No Terra – banners, nos formatos 1.260 x 400 px, 728 x 90 px, 620 x 350 px, 280 x 350p x, 970 x 250 px, 300 x 600 px, 300 x 250 px, e vídeos de 60" e de 30", totalizando 300.000 impressões e 30.000 visualizações.

Portais das regiões administrativas/municípios com obras. 6,62% de investimento. Planilhas 14, 15 e 16.

Teremos veiculação no período de 3 meses – de 2 a 13 dezembro de 2024, de 6 a 10 de janeiro e de 3 a 7 de fevereiro de 2025, nos portais:

Araçatuba – RP10, SBT interior, nos formatos 728 x 90 e 300 x 250.

Araraquara – Araraquara Agora, Araraquara News e Portal RCIA – nos formatos 728 x 90, 728 x 90 e 750 x 210.

Barretos, Jornal de Barretos – no formato 460 x 90.

Bauru, Sampa Bauru Social Bauru – nos formatos 970 x 250, 300 x 250 e 1.200 x 180.

Campinas, A Cidade ON, Portal da RMC, Rápido no Ar, SAMPI Campinas – nos formatos 970 x 250, 300 x 100, 728 x 90, 970 x 250, 320 x 100, 970 x 250 e 300 x 250.

Marília, Giro Marília, Marília Notícias – nos formatos 300 x 250, 728 x 90 e 300 x 250.
Ribeirão Preto, A Cidade On TH Mais, nos formatos 970 x 250, 300 x 100 e 728 x 90.
São Carlos, São Carlos Agora São Carlos em Rede, nos formatos 970 x 250, 900 x 250 e 300 x 250.

São José do Rio Preto, Gazeta de Rio Preto, Região Noroeste, nos formatos 1.140 x 200 e 860 x 260.

São José dos Campos, Informa Meon, O Vale (Sampi) SP Rio +, Vale 360 News, nos formatos 300 x 250, 300 x 250, 970 x 250, 300 x 250, 970 x 250, 320 x 180 e 728 x 90.

Sorocaba, Jor. Cruzeiro do Sul, no formato 300 x 250.

Formas inovadoras de comunicação – estado de São Paulo – de 2 dezembro de 2024 a 28 de fevereiro de 2025 – Planilha 17 (Produção). Share de mídia deste item 5,65%.

No Google, utilizaremos displays, nos formatos 120 x 600 px, 160 x 600 px, 300 x 250 px, 300 x 600 px, 468 x 60 px, 728 x 90 px e 970 x 250 px, via programática, para redes de sites premium, sendo o valor total de 7.309.701 de impressões para o estado de São Paulo. De 2 dezembro 2024 a 30 de março de 2025.

YouTube, via TrueView, vídeo de 30" e Bumper 6" com o tema da campanha, no estado de São Paulo, totalizando, respectivamente, 979.500 visualizações e 2.724.618 impressões.

Programamos na Meta (Facebook e Instagram), nos 4 meses, de 2 dezembro de 2024 a 28 de fevereiro de 2025, totalizando 14.179.300 impressões no estado e 625.000 views. No formato carrossel, 1.080 x 1.080 px, com o tema geral. Post/card da campanha já mencionados acima, no formato de 1.080 x 1.080 px, com 400.000.

Vídeo feed dos filmes de 30" e 4 Reels de 30", com 4 "Histórias Reais"

No X (ex-Twitter), no período dos 3 meses de campanha, programamos 6.250.000 impressões dos vídeos de 30". O vídeo será entregue em horários simultâneos com a programação de TV aberta e fechada, potencializando a frequência de exposição dos usuários do Twitter.

No TikTok, programamos feed vídeo de 15" 1.080 x 1.920 px, segmentação estado de São Paulo, com o tema, com 8.840.170 de impressões durante os 3 meses de campanha.

No Kwai, programamos feed vídeo de 15" 1.080 x 1.920 px, direcionando exclusivamente para as regiões administrativas mencionadas no programa, com o tema da campanha, com 7.301.402 visualizações.

E na Logan – tecnologia de retargeting nos permite alcançar usuários durante sua vida online e offline diariamente, concentrando-se em dados de dispositivos móveis, por meio de notificações. A veiculação será somente na 1ª semana de cada um dos 3 meses nas regiões administrativas. Veicularemos banners da campanha, exclusivamente direcionados na segmentação para os 9 municípios com residenciais em obras, no formato 320 x 460 px, com previsão de 40.000 impressões localizadas.

Recursos Próprios.

Como exposto anteriormente, os recursos próprios serão potentes aliados para a nossa comunicação, garantindo excelente resultado em relação ao número de impactos e frequência de exposição da campanha.

Meta (Facebook e Instagram) – faremos capas (851 x 315 px) do tema geral da campanha para o Facebook; e, durante a 1ª semana (2 a 7 dezembro 2024), o lançamento, nova capa do Facebook (851 x 315 px) com o tema da campanha e postagens orgânicas nas redes sociais proprietárias durante todo o período (3 meses), com a veiculação dos vídeos de 30", 1 carrossel geral, 3 Reels de 30", 3 Stories de 15" e 3 posts/card. Observando que temos 144.100 seguidores nas duas redes, com estímulo ao compartilhamento.

No X (ex-Twitter), sugerimos capa (1.500 x 500 px) personalizada com o tema da campanha, na 1ª semana (2 a 7 dezembro 2024) – lançamento e postagens orgânicas do filme de 30" e post/card (800 x 800 px), durante o período de 3 meses.

YouTube – sugerimos capa (2.560 x 1.440 px) personalizada com o tema da campanha, na 1ª semana (2 a 7 dezembro 2024) – lançamento e postagem orgânica do filme de 30” e dos 4 reels de 30” 1.080 x 1.920 px nos shorts, durante os 3 meses da campanha.

TikTok – veicularemos o filme de 30”, 4 Reels de 30” e os 3 Stories de 15” com os temas durante os 3 meses da campanha.

A landing page, hospedada no site oficial da CDHU, tem como propósito informar a todos sobre todas as iniciativas do programa Vida Longa, os beneficiários, os locais em obras, em processo de contratação e programadas e, principalmente, como os interessados poderão fazer as inscrições. Os visitantes terão acesso aos vídeos da campanha e às narrativas autênticas compartilhadas pelos beneficiados. Este espaço servirá como um ponto central para que as pessoas possam seguir de perto o progresso na construção e entrega das novas moradias nos municípios com o programa em obras e andamento.

E atendendo também à solicitação do briefing, “Desenvolvimento de ferramentas digitais que tornem possível ao cliente aferir os resultados alcançados pela ação de publicidade desenvolvida”, essa plataforma fará a captação de leads e será orientada à conversão e mobile first (adaptado para dispositivos móveis e conexão de dados 3G).

E-mails marketing – enviar para as prefeituras dos municípios parceiros onde temos programas (em obras, em processo de contratação e programadas), divulgando a campanha e os dados do programa.

Não Mídia

40 x 60 cm, em papel couché, 150 gramas, com fita dupla face – para divulgar o programa, dados dos beneficiários e orientar as inscrições (saiba mais no site da CDHU). Serão distribuídos cartazes nos postos de saúde, equipamentos da administração municipal das regiões com obras em andamento, para garantir a capilaridade da mensagem.

Ferramentas de monitoramento, auditoria e mensuração dos resultados.

De acordo com a solicitação do briefing, teremos as ferramentas a seguir mencionadas, que permitem que a agência e o cliente monitorem, auditem e afirmem os resultados alcançados pela ação da publicidade veiculada, na TV, no rádio, na mídia exterior, em portais de notícias, nas redes sociais e não mídia. Assim como apresentaremos o modelo do relatório de aferição de resultados e métricas.

Geofusion – ferramenta de inteligência geográfica de ponta, com dados sociodemográficos, econômicos e geográficos que permitem a segmentação das campanhas de mídia exterior.

Spot – Instituto de Pesquisa e Auditoria de Mídia

Fiscalizadora responsável pela auditoria e pesquisa de mídia em TV e rádio. Grava os dados de todos os veículos de TV aberta, fechada e de rádio, de forma ininterrupta, com monitoramento 24/7/365 por ano. Relatórios são fornecidos.

Supermetrics – ferramenta que coleta dados das plataformas veiculadas e, por meio do resultado, obteremos a aferição dos dados nas diferentes mídias online.

Power BI – ferramenta da Microsoft amplamente utilizada para análise de dados, relatórios, painéis de controle interativos e resultados de campanhas. Permite criar dashboards e relatórios interativos com visualizações, como gráficos de barras, tabelas dinâmicas, mapas e muito mais. Possibilita ainda o compartilhamento de relatórios e dashboards com o cliente e as suas equipes de trabalho. Os usuários podem interagir com os dados, explorar visualizações e fazer descobertas por meio da nuvem ou de servidores locais.

Os dados acima são colocados na plataforma Locker Studio, que consolidará todos os dados online, offline e não mídia.

Locker Studio – ferramenta online para criação de relatórios e painéis informativos personalizáveis a partir de banco de dados, planilhas, Google Analytics e Google Ads para avaliação dos resultados das campanhas. Incluiremos os dados dos sites de notícias, da mídia offline e não mídia.

Modelo de relatório de aferição de resultados e métricas.

Landing page – atendendo à solicitação do briefing, “Desenvolvimento de ferramentas digitais que tornem possível ao cliente aferir os resultados alcançados pela ação de publicidade desenvolvida”, e também para permitir aos interessados (cidadãos) buscar informações sobre o programa Vida Longa e como se inscrever, maximizaremos os resultados da participação online e das buscas por informações e dados. Essa plataforma fará a captação de leads e será orientada à conversão e mobile first (adaptado para dispositivos móveis e conexão de dados 3G).

Entre as principais características de um website orientado à conversão e mobile first, podemos destacar: botão de conversão sempre visível na página e estático, menu de navegação simplificado, itens do menu ordenados estrategicamente, busca no site com barra de pesquisa evidente, função de autocompletar na busca, recursos de segurança no hotsite (certificado SSL).



Big Numbers

vs. Last Period



01 de ab a 31 jul 2024

Platform

Campaign type

Campaign name



Receita

Result

(% Result x forecast)

Forecast

Receita Total

R\$

100.0%
R\$ 20.111.550

Receita Direta

R\$

100.0%
R\$ 12.450.000,00

Conversões

201.5%

-200

Investimento

R\$

100.0%
R\$ 2.550.000,00

ROAS Direto

000

43.8%
35

ROAS Total

00

43.8%
57

Impressions

000.000

+15.3%

Video views

000.00

+8.238.0%

Clicks

000

+28.9%

Investment

by Platform



CPM

R\$ 00,00

+49.2%

CPV

R\$ 0,00

+99.5%

CPC

R\$ 00,00

+286.7%

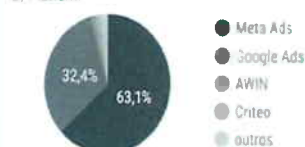
Total spent

R\$ 0.000,00

+56.9%

Impressions

by Platform



Total engagements

0.000

+93.1%

Comments

000

+0.000.0%

Reactions/Click Visits

000

+226.2%

Shares

00

+1.500.0%

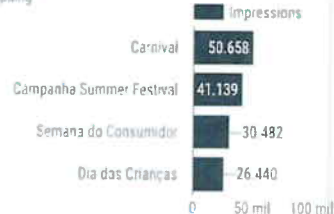
Campaigns

vs. Last Period

Campaign name	Platforma	Impressions	% Δ	Video views	% Δ	Clicks	% Δ	Total spent	% Δ	CPM	% Δ	CPV	% Δ	CPC	% Δ	Fellows	% Δ
Carnival	Meta Ads	41.159	144.3%	37.173	-	29	-93.7%	1.397	3.0%	R\$ 33.93	-57.8%	R\$ 0,04	-	R\$ 18,16	1.541.6%	2.223	7.565.5%
Campanha Summer Festival	Meta Ads	41.139	-	40.654	-	0	-	1.399	-	R\$ 34,02	-	R\$ 0,09	-	-	-	1.824	-
Dia das Crianças	Google Ads	24.662	-	439	-	221	-	410	-	R\$ 16,50	-	R\$ 0,93	-	R\$ 1,81	-	2	-
Semana do Consumidor	Google Ads	15.444	-29.1%	-	-	87	-80.6%	353	-73.8%	R\$ 22,89	-43.0%	-	-	R\$ 4,31	35.0%	9	-78.0%
Semana	Meta Ads	11.577	-86.5%	11.428	-	0	-100.0%	760	-88.5%	R\$ 65,64	-14.7%	R\$ 0,07	-	-	-	741	1.223.2%

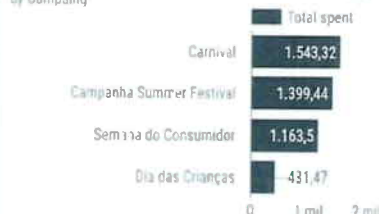
Top Impressions

by Campaign



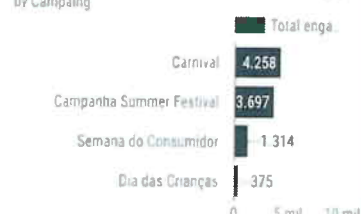
Top Investment

by Campaign



Top Post Engagement

by Campaign



CRONOGRAMA GERAL DE MÍDIA, NÃO MÍDIA E PRODUÇÃO												
	PERÍODO	DISTRIBUIÇÃO	%DISTRIBUIÇÃO	PRODUÇÃO			%PRODUÇÃO	MÍDIA	%MÍDIA	DISTRIBUIÇÃO + PRODUÇÃO + MÍDIA	%TOTAL	TT: INSERÇÕES
Descrição		Valor		Qtd.	Valor Unitário	TOTAL		TOTAL MÍDIA		TOTAL GERAL		
MÍDIA												
1.0 TELEVISÃO				22		199.646,00	64,76%	1.982.763,00	42,30%	2.182.409,00	43,68%	270
1 filme 30" para Tv, 3 versões do reels do 30" e 3 versão do reels/stories do 15"(formato de 1080x1920px) para Redes Sociais e 1 bumper de 6" para Youtube, contemplando: equipe de pré-produção, pós-produção, recursos e acessibilidade - legendas e libras, elenco, equipamentos tecnológicos, estúdio, cenografia. Entrega dos materiais em SD e HD. Veiculação na TV, internet e formas inovadoras de comunicação. Utilização por um ano para Tv Aberta e Tv Fechada. Período de 1 ano				8	19.500,00	156.000,00	50,60%	1.851.089,00	39,49%	2.007.089,00	40,17%	
Locução e trilha para 1 filme de 30", 3 versões do Reels 30" e 3 Stories de 15" e 1 Bumper de 6", com trilha original Para o período de 1 ano.				8	3.093,75	24.750,00	8,03%	0,00	0,00%	24.750,00	0,50%	
Ancine para Merchbreak na Rede TV (Prog Sonia Abrão) e TV Gazeta (Prog Mulheres)				2	3.000,00	6.000,00	1,95%	0,00	0,00%	6.000,00	0,12%	
1 MERCHANBREAK - cachê Sônia Abrão - uma ação				1	5.000,00	5.000,00	1,62%	82.324,00	1,76%	87.324,00	1,75%	
3 MERCHANBREAK - cachê apresentadores programa Mulheres - 3 ações				3	2.632,00	7.896,00	2,56%	49.350,00	1,05%	57.246,00	1,15%	
2.0 - RÁDIO				1		12.000,00	3,89%	1.279.611,06	27,30%	1.291.611,06	25,85%	2.535
Spot de 30" e trilha - produção				1	12.000,00	12.000,00	3,89%	1.279.611,06	27,30%	1.291.611,06	25,85%	
3.0 - MÍDIA EXTERIOR				110		17.400,00	5,64%	397.442,00	8,48%	414.842,00	8,30%	229.470
5 VINHETAS ELETRÔNICA 10" - 5x1,50m -painel digital Mega LED 360° - - 8x1,50m- painel digital Mega testeira do LED - 11x1,50m-painel digital Mega testeira de LED - 6x2,0m- painel digital Mega LED - 1920x1080 px. painel digital Mega LED Painéis digitais - Veiculação Terminal Rodoviário Tietê.				5	230,00	1.150,00	0,37%	155.342,00	3,31%	156.492,00	3,13%	229.320
PAINÉIS MUB CPTM,2,38x1,12m. 50 cartazes para MUB CPTM em todas as estações.				50	50,00	2.500,00	0,81%	157.080,00	3,35%	159.580,00	3,19%	100
OUTDOOR, 9x3m - Cartazes, em papel, com 10% de reserva técnica. Veiculação de 15 dias em janeiro de 2025 em 9 (nove) praças				55	250,00	13.750,00	4,46%	85.020,00	1,81%	98.770,00	1,98%	50
4.0 - INTERNET				135		19.180,00	6,22%	1.027.950,15	21,83%	1.047.110,15	20,96%	61.222.945
12 Banners para Portais Regionais, nos formatos pix de: 728 x 90 - 300 x 250 - 750 x 210 - 460 x 90 - 970 x 250 - 1200 x 180 - 300x100 - 320 X 100 - 500 x 250 - 1140 x 200 - 850 X 250 - 320x180 -para internet nos 3 temas: Geral-Bolo, Xadrez e Ginástica				48	180,00	8.640,00	2,80%	291.678,90	6,22%	300.318,90	6,01%	487.500
3 Banners para Globo.com: BILLBOARD DESK 970x250px / MEIA PAGINA 300x600px / RETÂNGULO MOBILE 300x250px / NATIVE. Com 3 temas: Geral-Bolo, Xadrez e Ginastica				9	180,00	1.620,00	0,53%	172.500,00	3,68%	172.500,00	3,45%	3.750.000
7 Banners para Uol.com: Vídeo de 30"- dimensão: 640x480 / Peso limto: 500mb" (incluso no pacote de filmes). DISPLAY TAB - 300x250, 300x600, 728x60, 970x90, 970x250 e 320x100. Cada um com 3 temas: Geral-Bolo, Xadrez e Ginástica .				28	180,00	5.040,00	1,63%	102.000,00	2,18%	107.040,00	2,14%	3.750.000
6 Banners para R7, nos formatos - Standard 970x250 / 300x600 / 300x250 / e 728x90 - Inread Desktop (620x350) Inread Mobile (280x250) Video de 30"Pré Rol (8.8v) (incluso no pacote de filmes). Produção de banners em 4 temas: Geral-Bolo, Xadrez e Ginástica - 1260x400px				24	180,00	4.320,00	1,40%	96.893,75	2,06%	101.013,75	2,02%	900.000
6 Banners para o Terra, nos formatos 1260x400px, Standard 970x250 / 300x600 / 300x250 / e 728x90, Terra Vídeos - Inread Desktop (620x350) Inread Mobile (280x250) Pré Rol (8.8v)				18	180,00	3.240,00	1,05%	82.639,50	1,76%	85.879,50	1,72%	487.500
1 Banner para Loogan no formato - 320 x 460 px Produção de banners para internet nos 3 temas: Geral-Bolo, Xadrez e Ginástica -				3	180,00	540,00	0,18%	13.668,00	0,29%	14.208,00	0,28%	40.000
3 Vídeos de 30" e 3 de 15", para Kwai 3 temas: Geral-Bolo, Xadrez e Ginástica - valor de produção já está incluso no pacote dos filmes para tv e internet				18	0,00	0,00	0,00%	31.250,00	0,67%	31.250,00	0,63%	7.301.402
3 Vídeos de 30" e 3 de 15", para TikTok nos 3 temas: Geral-Bolo, Xadrez e Ginástica - valor de produção já está incluso no pacote dos filmes para tv e internet				18	0,00	0,00	0,00%	62.500,00	1,33%	62.500,00	1,25%	8.840.170
3 Reels de 30" e 3 Stories de 15" para Facebook,Instagram - dentro do pacote do filme para Tv				6	0,00	0,00	0,00%	75.000,00	1,60%	75.000,00	1,50%	14.179.300
1 bumper 6" e vídeo de 30" para Google-Youtube - (dentro do pacote do filme para Tv e internet)				1	0,00	0,00	0,00%	68.770,00	1,47%	68.770,00	1,38%	10.183.573
POST / CARD X(TWITTER) - Vídeos e 800x800px				4	400,00	1.600,00	0,52%	31.250,00	0,67%	32.850,00	0,66%	6.250.000
POST / CARD Facebook e Instagram em 3 temas - Geral-Bolo, Xadrez e Ginástica				4	400,00	1.600,00	0,52%	0,00	0,00%	1.600,00	0,03%	14.179.300
CARROSSEL - para Facebook. 1080x1080px. 5 Slides				1	1.200,00	1.200,00	0,39%	0,00	0,00%	1.200,00	0,02%	0
E-MAIL MARKETING - E-mail marketing com todas as informações da campanha e peças (Sem custo de produção)				1	0,00	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0
NÃO MÍDIA / RECURSOS PRÓPRIOS				5.005		8.700,00	2,82%	0	0	9.900,00	0,20%	
Cartaz - formato de 40x60 cm, em papel couche 150 g, com fita autoadesiva no verso		1.200,00		5.000	1,20	6.000,00	0,019	0	0,00%	7.200,00	0,14%	0
Recursos Próprios				2		1.500,00	0,49%	0	0,00%	1.500,00	0,03%	0
E-mail marketing: Desenvolvimento de e-mail marketing no formato 800 x 1200 px a ser disparado para a lista eletrônica de comunicação interna e parceiros da CDHU				1	0	0,00	0,000	0	0,00%	0,00	0,00%	0
Landing Page (1366 x 768 px): Desenvolvimento de landing page com conteúdos e materiais alusivos à Campanha, direcionando as peças de internet para site cdhu.com.br complementando as informações para a população.				1	1.500,00	1.500,00	0,005	0	0,00%	1.500,00	0,03%	0
Redes sociais próprias				3		1.200,00	0,39%	0	0,00%	1.200,00	0,02%	0
CAPA FACEBOOK - 851x315px. Produção de capa com tema geral da campanha				1	400,00	400,00	0,001	0	0,00%	400,00	0,01%	0
CAPA X TWITTER - 1500x500px - Produção de capa com tema geral da campanha				1	400,00	400,00	0,001	0	0,00%	400,00	0,01%	0
CAPA YOUTUBE - 2560x1440px. Produção de capa com tema geral da campanha				1	400,00	400,00	0,001	0	0,00%	400,00	0,01%	0
OUTROS				39		51.380,00		0	0	25.890,00	0,51%	
Fotos - Cobertura fotográfica para as campanhas	1 ano			1	12.300,00	12.300,00	3,99%	0	0,00%	12.300,00	0,25%	0
Pacote de Cobertura fotográfica, incluindo cachês de modelos, click do fotógrafo e produção de moda, maquiagem e cabelo. Tratamento e fusão. Para o período de 1 ano.				1	12.300,00	12.300,00	0,040	0	0,00%	12.300,00	0,25%	
Envio de links				36		13.390,00	4,34%	0		13.390,00	0,27%	0
Envio de Link do filme do 30" para as emissoras de TV aberta SP1, Globo, Record, SBT, Band. Pay TV Globenews e Bandnews				6	255,00	1.530,00	0,50%	0		1.530,00	0,03%	
Envio de Link do filme do 30" para as emissoras de TV aberta Interior e Litoral das Redes Globo, Record, SBT e Band				28	415,00	11.620,00	3,77%	0		11.620,00	0,23%	
Envio de Link do filme do 30" para as emissoras TV Cultura, Jovem Pan news, Recordnews e CNN				4	60,00	240,00	0,08%	0		240,00	0,00%	
TOTAL		1.200,00		5.312		308.286,00	6,17%	4.687.766,21	93,83%	4.996.052,21	100%	61.456.220,00

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO SO ESTADO DE SÃO PAULO

PLANILHA 2 - CRONOGRAMA GERAL

CRONOGRAMA GERAL																			
MERCADO / MEIOS	TT DE	MATERIAIS					Total DEZ 24					Total JAN 25					Total FEV	TOTAL	%
			1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4			
TV ABERTA																			
GLOBO	137	30"					708.255,00												
RECORD	36	30"					401.989,00												
SBT	29	30"					344.644,00												
BAND	30	30"					272.003,00												
REDE TV	1	k 60"					82.324,00												
TV GAZETA	3	k 60"					49.350,00												
TV CULTURA	2	30"					26.000,00												
TOTAL TV ABERTA	238						1.884.565,00										R\$ 1.884.565,00	42,78%	
TV FECHADA																			
GLOBONEWS	12	30"					27.060,00										27.060,00		
BANDNEWS	5	30"					24.254,00										24.254,00		
CNN	5	30"					11.875,00										11.875,00		
JOVEMPAN NEWS	5	30"					22.049,00										22.049,00		
RECORD NEWS	5	30"					12.960,00										12.960,00		
TOTAL TV FECHADA	32						98.198,00										98.198,00	2,23%	
TOTAL MÍDIA EXTERIOR / DOOH e OOH																			
MÍDIA EXTERIOR / OOH																			
SÃO PAULO CAPITAL - CPTM	100	MUB					78.540,00					78.540,00					157.080,00		
SÃO PAULO CAPITAL - Rodoviária TIETÊ	229320	DIVERSOS					77.671,00					77.671,00					155.342,00		
OUT DOOR - 9 Praças	50	9 x 3 Papel										85.020,00					85.020,00		
TOTAL MÍDIA EXTERIOR / OOH							156.211,00					241.231,00					397.442,00	9,02%	
INTERNET PORTAIS																			
PORTAIS ESTADO	8.887.500	Diversos					226.916,63					113.458,31				113.458,31	453.833,25		
PORTAIS LOCAIS	5.541.000	Diversos					97.226,30					97.226,30				97.226,30	291.678,90		
TOTAL INTERNET PORTAIS							324.142,93					210.684,61				210.684,61	745.512,15	16,92%	
RÁDIO	1245	30"					639.295,53					360.274,56				280.040,97	1.279.611,06		
TOTAL RÁDIO							639.295,53					360.274,56				280.040,97	1.279.611,06	29,05%	
TOTAL MÍDIA							3.102.412,46					812.190,17				490.725,58	R\$ 4.405.328,21		
PRODUÇÃO / FORMAS INOVADORAS		Diversos																	
SÃO PAULO ESTADO	46.794.445						112.064,00					112.064,00				58.310,00	282.438,00		
TOTAL PRODUÇÃO / FORMAS INOVADORAS							112.064,00					112.064,00					282.438,00	6%	
TOTAL GERAL																	R\$ 4.687.766,21	100	

DEZEMBRO 2024

REDE GLOBO																	
Programa	Hora		Custo Unit Tabela	Duração	DEZEMBRO 2024									TT Inserções	Total Bruto Veículo	Share % por emissora	
	INÍCIO	FINAL			1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S				
Globo - SP1																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 16.836,00	30"		1		1		1				3	R\$ 50.508,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 25.889,00	30"			1		1					2	R\$ 51.778,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 20.799,00	30"		1		1		1				3	R\$ 62.397,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 26.131,00	30"		1	1		1					3	R\$ 78.393,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 48.134,00	30"							1			1	R\$ 48.134,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 78.449,00	30"	1									1	R\$ 78.449,00		
					1	3	2	2	2	2	1			13	R\$ 369.659,00		
TV VANGUARDA - São José dos Campos																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 900,00	30"		1		1						2	R\$ 1.800,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 2.501,00	30"			1							1	R\$ 2.501,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 1.402,00	30"		1		1		1				3	R\$ 4.206,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 2.002,00	30"			1		1					2	R\$ 4.004,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 2.888,00	30"							1			1	R\$ 2.888,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 5.199,00	30"	1									1	R\$ 5.199,00		
					1	2	2	2	1	1	1			10	R\$ 20.598,00		
TV VANGUARDA - TAUBATÉ																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 576,00	30"		1		1						2	R\$ 1.152,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 1.646,00	30"			1							1	R\$ 1.646,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 953,00	30"		1		1		1				3	R\$ 2.859,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 1.377,00	30"			1		1					2	R\$ 2.754,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 1.912,00	30"							1			1	R\$ 1.912,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 3.211,00	30"	1									1	R\$ 3.211,00		
					1	2	2	2	1	1	1			10	R\$ 13.534,00		
TV TEM - BAURU																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 910,00	30"		1		1						2	R\$ 1.820,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 2.476,00	30"			1							1	R\$ 2.476,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 1.524,00	30"		1		1		1				3	R\$ 4.572,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 2.114,00	30"			1		1					2	R\$ 4.228,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 2.835,00	30"							1			1	R\$ 2.835,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 7.300,00	30"	1							1		2	R\$ 14.600,00		
					1	2	2	2	1	1	1	1		11	R\$ 30.531,00		
TV TEM - SÃO JOSÉ DO RIO PRETO																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 1.058,00	30"		1		1						2	R\$ 2.116,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 3.243,00	30"			1							1	R\$ 3.243,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 1.783,00	30"		1		1		1				3	R\$ 5.349,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 2.475,00	30"			1		1		1			2	R\$ 4.950,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 2.635,00	30"								1		1	R\$ 2.635,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 5.445,00	30"	1								1	2	R\$ 10.890,00		
					1	2	2	2	1	1	1	1		11	R\$ 29.183,00		
TV TEM - SOROCABA																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 967,00	30"		1		1						2	R\$ 1.934,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 3.031,00	30"			1							1	R\$ 3.031,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 1.805,00	30"		1		1		1				3	R\$ 5.415,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 2.463,00	30"		1	1		1					3	R\$ 7.389,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 3.412,00	30"							1			1	R\$ 3.412,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 5.883,00	30"	1							1		2	R\$ 11.766,00		
					1	3	2	2	1	1	1	1		12	R\$ 32.947,00		
TV TEM - ITAPETININGA																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 369,00	30"		1		1						2	R\$ 738,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 1.317,00	30"			1							1	R\$ 1.317,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 729,00	30"		1		1		1				3	R\$ 2.187,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 865,00	30"			1		1					2	R\$ 1.730,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 974,00	30"							1			1	R\$ 974,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 2.242,00	30"	1									1	R\$ 2.242,00		
					1	2	2	2	1	1	1			10	R\$ 9.188,00		
EPTV CAMPINAS																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 2.791,00	30"		1		1	1					3	R\$ 8.373,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 6.932,00	30"			1		1					2	R\$ 13.864,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 3.924,00	30"		1		1		1				3	R\$ 11.772,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 5.230,00	30"		1	1		1		1			4	R\$ 20.920,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 8.003,00	30"								1		1	R\$ 8.003,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 12.190,00	30"	1							1		2	R\$ 24.380,00		
					1	3	2	2	3	2	1	1		15	R\$ 87.312,00		
EPTV - RIBEIRÃO PRETO																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 1.327,00	30"		1		1	1					3	R\$ 3.981,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 4.296,00	30"			1							1	R\$ 4.296,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 3.240,00	30"		1		1		1				3	R\$ 9.720,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 3.263,00	30"		1	1	1	1	1				5	R\$ 16.315,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 4.098,00	30"							1			1	R\$ 4.098,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 7.884,00	30"	1									1	R\$ 7.884,00		
					1	3	2	3	2	2	1			14	R\$ 46.294,00		
EPTV - SÃO CARLOS																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 497,00	30"		1		1	1					3	R\$ 1.491,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 2.004,00	30"			1							1	R\$ 2.004,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 986,00	30"		1		1		1				3	R\$ 2.958,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 1.345,00	30"			1		1					2	R\$ 2.690,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 1.962,00	30"							1			1	R\$ 1.962,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 3.914,00	30"	1									1	R\$ 3.914,00		
					1	2	2	2	2	1	1			11	R\$ 15.019,00		
TV DIÁRIO - MOGI DAS CRUZES																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 541,00	30"		1		1						2	R\$ 1.082,00		
PRAÇA TV 1A EDICAO	12:00	13:00	R\$ 1.512,00	30"			1							1	R\$ 1.512,00		
MAIS VOCÊ	10:45	11:45	R\$ 874,00	30"		1		1		1				3	R\$ 2.622,00		
NOVELA TARDE ESPECIAL	14:40	15:15	R\$ 972,00	30"			1		1					2	R\$ 1.944,00		
CALDEIRÃO DO MION	16:45	17:45	R\$ 1.612,00	30"							1			1	R\$ 1.612,00		
DOMINGÃO	18:00	20:00	R\$ 2.704,00	30"	1									1	R\$ 2.704,00		
					1	2	2	2	1	1	1			10	R\$ 11.476,00		
TV TRIBUNA SANTOS																	
BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	R\$ 1.208,00	30"		1		1						2	R\$ 2.416,00		

PANILHAS 3, 4 e 5

DEZEMBRO 2024

29

TV BANDEIRANTES																
BAND - SP1																
JORNAL DA BAND	19:20	20:30	R\$	93.146,00	30"								0	R\$	-	
O MELHOR DA TARDE	14:30	16:00	R\$	28.563,00	30"	1		1		1		1	3	R\$	85.689,00	
BRASIL URGENTE 1	16:00	18:50	R\$	34.274,00	30"			1		1			2	R\$	68.548,00	
							1	1	1	1	1		5	R\$	154.237,00	
BAND PAULISTA - PRESIDENTE PRUDENTE																
JORNAL DA BAND	19:20	20:30	R\$	20.434,00	30"								0	R\$	-	
O MELHOR DA TARDE	14:30	16:00	R\$	6.376,00	30"	1			1		1		3	R\$	19.128,00	
BRASIL URGENTE 1	16:00	18:50	R\$	7.520,00	30"			1		1			2	R\$	15.040,00	
							1	1	1	1	1		5	R\$	34.168,00	
BAND CAMPINAS																
JORNAL DA BAND	19:20	20:30	R\$	23.303,00	30"								0	R\$	-	
O MELHOR DA TARDE	14:30	16:00	R\$	6.155,00	30"	1			1		1		3	R\$	18.465,00	
BRASIL URGENTE 1	16:00	18:50	R\$	8.746,00	30"			1		1			2	R\$	17.492,00	
													R\$	-		
							1	1	1	1	1		5	R\$	35.957,00	
BAND VALE - TAUBATÉ																
JORNAL DA BAND	19:20	20:30	R\$	8.001,00	30"								0	R\$	-	
O MELHOR DA TARDE	14:30	16:00	R\$	2.499,00	30"	1			1		1		3	R\$	7.497,00	
BRASIL URGENTE 1	16:00	18:50	R\$	3.033,00	30"			1		1			2	R\$	6.066,00	
							1	1	1	1	1		5	R\$	13.563,00	
TV CLUBE - RIBEIRÃO PRETO																
JORNAL DA BAND	19:20	20:30	R\$	11.784,00	30"								0	R\$	-	
O MELHOR DA TARDE	14:30	16:00	R\$	3.723,00	30"	1			1		1		3	R\$	11.169,00	
BRASIL URGENTE 1	16:00	18:50	R\$	4.423,00	30"			1		1			2	R\$	8.846,00	
							1	1	1	1	1		5	R\$	20.015,00	
TV THATHI LITORAL - SANTOS																
JORNAL DA BAND	19:20	20:30	R\$	8.540,00	30"								0	R\$	-	
O MELHOR DA TARDE	14:30	16:00	R\$	2.551,00	30"	1			1		1		3	R\$	7.653,00	
BRASIL URGENTE 1	16:00	18:50	R\$	3.205,00	30"			1		1			2	R\$	6.410,00	
							1	1	1	1	1		5	R\$	14.063,00	
TOTAL BANDEIRANTES													30	R\$	272.003,00	14,43%
REDE TV																
Merchanbreak Sonia Abrão																
A TARDE É SUA	15:00	17:00	R\$	82.324,00	60"	1							1	R\$	82.324,00	
TOTAL REDE TV													1	R\$	82.324,00	4,37%
TV GAZETA																
Merchanbreak																
MULHERES	14:30	18:00	R\$	16.450,00	60"	1			1		1		3	R\$	49.350,00	
TOTAL GAZETA													3	R\$	49.350,00	2,62%
CULTURA																
RODA VIVA	22:00	23:45	R\$	13.000,00	30"		1						1	2	R\$	26.000,00
TOTAL CULTURA													2	R\$	26.000,00	1,38%
TOTAL GERAL													249	R\$	1.884.565,00	100%

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO
PLANILHA 6 - TV FECHADA ESTADO
PEÇA : FILME 30"

EMISSORA	FAIXA HORÁRIA	PEÇA	DEZEMBRO/2024														TT. INS.	TABELA		SHARE
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S		UNIT.	TOTAL	%
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				
ESTADO																				
GLOBONEWS	FAIXA HORÁRIA 06h-12h	30"									1	1	1	1	1	1	6	680,00	4.080,00	27,56%
GLOBONEWS	FAIXA HORÁRIA 18h-01h	30"									1	1	1	1	1	1	6	3.830,00	22.980,00	
TOTAL GLOBONEWS											2	2	2	2	2	2	12		27.060,00	
ESTADO																				
BANDNEWS	FAIXA HORÁRIA 06h-08h	30"									1		1		1		3	3.058,00	9.174,00	24,70%
BANDNEWS	FAIXA HORÁRIA 18h-01h	30"										1		1			2	7.540,00	15.080,00	
TOTAL BANDNEWS											1	1	1	1	1		5		24.254,00	
REG METROPOLITANA																				
CNN	FAIXA HORÁRIA 06h-12h	30"									1		1		1		3	1.125,00	3.375,00	12,09%
CNN	FAIXA HORÁRIA 18h-01h	30"										1		1			2	4.250,00	8.500,00	
TOTAL CNN											1	1	1	1	1		5		11.875,00	
ESTADO																				
JOVEM PAN NEWS	FAIXA HORÁRIA 06h-12h	30"									1		1		1		3	1.939,00	5.817,00	22,45%
JOVEM PAN NEWS	FAIXA HORÁRIA 18h-01h	30"										1		1			2	8.116,00	16.232,00	
TOTAL JOVEM PAN NEWS											1	1	1	1	1		5		22.049,00	
ESTADO																				
RECORD NEWS	FAIXA HORÁRIA 06h-12h	30"									1		1		1		3	1.320,00	3.960,00	13,20%
RECORD NEWS	FAIXA HORÁRIA 18h-01h	30"										1		1			2	4.500,00	9.000,00	
TOTAL RECORD NEWS											1	1	1	1	1		5		12.960,00	
TOTAL GERAL																	32		98.198,00	100,00%

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - - RÁDIO REGIONAL ESTADO

PLANILHA 7

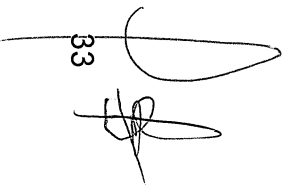
PEÇA : SPOT 30"

PRAÇA	VEÍCULO	FAIXA HORÁRIA	FORMAT O	DEZEMBRO 2024													TT INS.	VALOR TABELA		BRUTO VEÍCULO	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		UNITÁRIO			
				D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S					
AMERICANA	Gold FM 94,7	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	230,00	R\$	3.450,00
	Vox FM 90,3	Rotativo 07/19h	30"										3	3	3	3	3	15	R\$	1.282,60	R\$
																	30			R\$	22.689,00
ARAÇATUBA	Band FM	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	221,00	R\$	3.315,00
	Clube FM 96,3	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	161,00	R\$	2.415,00
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	112,00	R\$	1.680,00
	Nova Brasil	Rotativo 09/20h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	80,00	R\$	1.200,00
																	60			R\$	8.610,00
BARRETOS	Band FM	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	160,00	R\$	2.400,00
	Colina FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	193,82	R\$	2.907,36
	Jornal FM 88,7	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	229,60	R\$	3.444,00
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	101,00	R\$	1.515,00
	O Diário FM 93.5	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	193,82	R\$	2.907,36
	Rd. Rede Vida 97,9	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	193,82	R\$	2.907,36
																90			R\$	16.081,08	
BAURU	94 FM	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	455,00	R\$	6.825,00
	96 FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	260,00	R\$	3.900,00
	Auri Verde	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	282,00	R\$	4.230,00
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	263,00	R\$	3.945,00
	Nativa FM	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	406,00	R\$	6.090,00
																75			R\$	24.990,00	
BRAGANÇA PAULISTA	102,1 FM	Rotativo 06/24h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	253,00	R\$	3.795,00
	Bragança FM 79,7	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	253,00	R\$	3.795,00
																	30			R\$	7.590,00
CAMPINAS	Antena 1 FM	Rotativo 06/20h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	1.350,00	R\$	20.250,00
	Band FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	1.723,00	R\$	25.845,00
	CBN FM 99,1	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	621,00	R\$	9.315,00
	Cidade FM	Rotativo 07/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	1.265,00	R\$	18.975,00
	Educadora FM	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	1.478,00	R\$	22.170,00
	EPFM 84.9	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	400,00	R\$	6.000,00
	Jovem Pan FM 89,9	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	530,00	R\$	7.950,00
	Jovem Pan News FM	Rotativo 06h/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	940,00	R\$	14.100,00
	Kiss FM 107,9	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	1.100,00	R\$	16.500,00
	Laser FM	Rotativo 07/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	1.265,00	R\$	18.975,00
	Massa FM 98,3	Rotativo 07/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	926,00	R\$	13.890,00
	Nativa FM 89,3	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	1.478,00	R\$	22.170,00
Nova Brasil FM 103,7	Rotativo 09/20h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	593,00	R\$	8.895,00	
																195			R\$	205.035,00	
CATANDUVA	VOX FM 103,5	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	120,00	R\$	1.800,00
	Ondas Verdes FM 92,7	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	107,00	R\$	1.605,00
	Nativa FM 89,7	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	206,00	R\$	3.090,00
																45			R\$	6.495,00	
GUARATINGUETÁ	Metropolitana FM 99,1	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	160,00	R\$	2.400,00
	Máxima FM 89,9	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	110,12	R\$	1.651,80
	Mix FM 106,7	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	132,00	R\$	1.980,00
CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO																					
PLANILHA 7 - RADIOS																					
																	45			R\$	6.031,80
MARÍLIA	Clube AM	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	333,48	R\$	5.002,20
	Conecta FM 101,9	Rotativo 07/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	318,00	R\$	4.770,00
	Itaipú FM	Rotativo 07/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	398,74	R\$	5.981,10
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	115,00	R\$	1.725,00
	Jovem Pan NEWS	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	115,00	R\$	1.725,00
	Nativa FM 96,5	Rotativo 06/19H	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	417,00	R\$	6.255,00
																90			R\$	25.458,30	
RIBEIRÃO PRETO	106 FM 106,7	Rotativo 07/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	911,00	R\$	13.665,00
	Band FM 95,5	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	418,00	R\$	6.270,00
	Clube 1 FM 96,7	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	1.043,00	R\$	15.645,00
	Clube FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	1.052,00	R\$	15.780,00
	Conquista	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	1.212,00	R\$	18.180,00
	Diário FM 99,7	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	960,00	R\$	14.400,00
	Difusora FM 97,1	Rotativo 09/20h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	951,29	R\$	14.269,35
	Jovem Pan FM 93,1	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	167,00	R\$	2.505,00
	Mega	Rotativo 06/19h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	1.212,00	R\$	18.180,00
	Melody	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	912,00	R\$	13.680,00
Nova Brasil FM 91,3	Rotativo 09/20h	30"		3	3	3	3	3								15	R\$	111,00	R\$	1.665,00	
Ótima FM	Rotativo 06/19h	30"									3	3	3	3	3	15	R\$	210,00	R\$	3.150,00	

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - RÁDIO REGIONAL ESTADO
PLANILHA 8
PEÇA: SPOT 30"

PRAÇA	VEÍCULO	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	JANEIRO 2025													TT INS.	VALOR TABELA		BRUTO VEÍCULO	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		UNITÁRIO			
				Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S					
AMERICANA	Gold FM 94,7	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	230,00	R\$	3.450,00
																	15			R\$	3.450,00
ARAÇATUBA	Band FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	221,00	R\$	3.315,00
	Nova Brasil	Rotativo 09/20h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	80,00	R\$	1.200,00
																	30			R\$	4.515,00
BARRETOS	Rede Vida 97,9	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	193,82	R\$	2.907,36
	Band FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	160,00	R\$	2.400,00
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	101,00	R\$	1.515,00
																	45			R\$	6.822,36
BAURU	94 FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	455,00	R\$	6.825,00
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	263,00	R\$	3.945,00
	Nativa FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	406,00	R\$	6.090,00
																	45			R\$	16.860,00
BRAGANÇA PAULISTA	102,1 FM	Rotativo 06/24h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	253,00	R\$	3.795,00
																	15			R\$	3.795,00
CAMPINAS	Antena 1 FM	Rotativo 06/20h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.350,00	R\$	20.250,00
	CBN FM 99,1	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	621,00	R\$	9.315,00
	Cidade FM	Rotativo 07/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.265,00	R\$	18.975,00
	Educadora FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.478,00	R\$	22.170,00
	Kiss FM 107,9	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.100,00	R\$	16.500,00
	Massa FM 98,3	Rotativo 07/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	926,00	R\$	13.890,00
	Nativa FM 89,3	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.478,00	R\$	22.170,00
																105			R\$	123.270,00	
CATANDUVA	Nativa FM 89,7	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	206,00	R\$	3.090,00
	Vox FM 103,5	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	120,00	R\$	1.800,00
																	30			R\$	4.890,00
GUARATINGUETÁ	Metropolitana FM 99,1	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	160,00	R\$	2.400,00
	Mix FM 106,7	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	132,00	R\$	1.980,00
																	30			R\$	4.380,00
MARÍLIA	Clube AM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	333,48	R\$	5.002,20
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	115,00	R\$	1.725,00
	Nativa FM 96,5	Rotativo 06/19H	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	417,00	R\$	6.255,00
																	45			R\$	12.982,20
RIBEIRÃO PRETO	106 FM 106,7	Rotativo 07/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	911,00	R\$	13.665,00
	Band FM 95,5	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	418,00	R\$	6.270,00
	Clube 1 FM 96,7	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.043,00	R\$	15.645,00
	Clube FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.052,00	R\$	15.780,00
	Conquista	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	1.212,00	R\$	18.180,00
	Nova Brasil FM 91,3	Rotativo 09/20h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	111,00	R\$	1.665,00
																90			R\$	71.205,00	
RIO CLARO	95,1 FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	700,00	R\$	10.500,00
	Clube News FM 98,3	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	700,00	R\$	10.500,00
																	30			R\$	21.000,00
SANTA BÁRBARA D'OESTE	Brasil FM 81,9	Rotativo 07/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	68,00	R\$	1.020,00
																	15			R\$	1.020,00
SÃO CARLOS	A sertaneja FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	466,00	R\$	6.990,00
	DBC FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	150,00	R\$	2.250,00
	Jovem Pan	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	277,00	R\$	4.155,00
																	45			R\$	13.395,00
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	Antena1 FM	Rotativo 06/20h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	331,00	R\$	4.965,00
	Band Vale FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	495,00	R\$	7.425,00
	Mix FM 94,9	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	176,00	R\$	2.640,00
	Nativa Vale FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	604,00	R\$	9.060,00
																	60			R\$	24.090,00
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO	40 Graus FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	450,00	R\$	6.750,00
	Diário FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	460,00	R\$	6.900,00
	Jovem Pan FM 93,1	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	294,00	R\$	4.410,00
	Nativa FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	469,00	R\$	7.035,00
SOROCABA	Band FM	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	418,00	R\$	6.270,00
	Jovem Pan	Rotativo 06/19h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	443,00	R\$	6.645,00
	Vanguarda FM	Rotativo 06/22h	30"						3	3	3	3	3				15	R\$	706,00	R\$	10.590,00
																	45			R\$	23.505,00
																	705			R\$	360.274,56

33



CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - RÁDIO REGIONAL ESTADO
PLANILHA 9

PEÇA: SPOT 30"

PRAÇA	VEÍCULO	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	FEVEREIRO 2025												TT INS.	VALOR TABELA		BRUTO VEÍCULO
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	#	#	#		UNITÁRIO		
				S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q				
AMERICANA	Vox FM 90,3	Rotativo 07/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 1.282,60	R\$ 19.239,00
																	15		R\$ 19.239,00
ARAÇATUBA	Clube FM 96,3	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 161,00	R\$ 2.415,00
	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 112,00	R\$ 1.680,00
																	30		R\$ 4.095,00
BARRETOS	Colina FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 193,82	R\$ 2.907,36
	Jornal FM 88,7	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 229,60	R\$ 3.444,00
	O Diário FM 93.5	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 193,82	R\$ 2.907,36
																	45		R\$ 9.258,72
BAURU	96 FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 260,00	R\$ 3.900,00
	Auri Verde	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 282,00	R\$ 4.230,00
																	30		R\$ 8.130,00
BRAGANÇA PAULISTA	Bragança FM 79,7	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 253,00	R\$ 3.795,00
																	15		R\$ 3.795,00
CAMPINAS	Band FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 1.723,00	R\$ 25.845,00
	EPFM 84.9	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 400,00	R\$ 6.000,00
	Jovem Pan FM 89,9	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 530,00	R\$ 7.950,00
	Jovem Pan News FM 100,3	Rotativo 06h/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 940,00	R\$ 14.100,00
	Laser FM	Rotativo 07/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 1.265,00	R\$ 18.975,00
	Nova Brasil FM 103,7	Rotativo 09/20h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 593,00	R\$ 8.895,00
																90		R\$ 81.765,00	
CATANDUVA	Ondas Verdes FM 92,7	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 107,00	R\$ 1.605,00
																	15		R\$ 1.605,00
GUARATINGUETÁ	Máxima FM 89,9	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 110,12	R\$ 1.651,80
																	15		R\$ 1.651,80
MARÍLIA	Conecta FM 101,9	Rotativo 07/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 318,00	R\$ 4.770,00
	Itaipú FM	Rotativo 07/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 398,74	R\$ 5.981,10
	Jovem Pan NEWS	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 115,00	R\$ 1.725,00
																	45		R\$ 12.476,10
RIBEIRÃO PRETO	Diário FM 99,7	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 960,00	R\$ 14.400,00
	Difusora FM 97,1	Rotativo 09/20h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 951,29	R\$ 14.269,35
	Jovem Pan FM 93,1	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 167,00	R\$ 2.505,00
	Mega	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 1.212,00	R\$ 18.180,00
	Melody	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 912,00	R\$ 13.680,00
	Ótima FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 210,00	R\$ 3.150,00
																90		R\$ 66.184,35	
RIO CLARO	Clube News FM 98,3	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 248,40	R\$ 3.726,00
																	15		R\$ 3.726,00
SANTA BÁRBARA D'OESTE	Brasil FM 81,9	Rotativo 07/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 68,00	R\$ 1.020,00
																	15		R\$ 1.020,00
SÃO CARLOS	Clube FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 180,00	R\$ 2.700,00
	EP FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 466,00	R\$ 6.990,00
	Nativa FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 362,00	R\$ 5.430,00
																	45		R\$ 15.120,00
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	Jovem Pan	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 265,00	R\$ 3.975,00
	Ótima FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 245,00	R\$ 3.675,00
	Stereo Vale FM 103,9	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 500,00	R\$ 7.500,00
																	45		R\$ 15.150,00
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO	Band FM	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 471,00	R\$ 7.065,00
	Kboing	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 670,00	R\$ 10.050,00
	Líder FM 98,3	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 383,00	R\$ 5.745,00
SOROCABA	Antena1 FM	Rotativo 06/20h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 399,00	R\$ 5.985,00
	Top	Rotativo 06/19h	30"			3	3	3	3	3							15	R\$ 532,00	R\$ 7.980,00
																	30		R\$ 13.965,00
																	585		R\$ 280.040,97

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - MÍDIA EXTERIOR (OOH) SÃO PAULO CAPITAL
PLANILHA 10

DEZEMBRO 2024

PRAÇA	VEÍCULO	TIPO DE MÍDIA	TIPO DE COMPRA	DIMENSÃO / ÁREA	PERÍODO DE VEICULAÇÃO			QTD DE FACES	VALOR TABELA
					INÍCIO	FIM	TOTAL DE DIAS		
SÃO PAULO CAPITAL	ELETROMIDIA	PAINEL MUB CPTM -	POR FACE/ semanal	2,38x1,12m	16/12/2024	22/12/2024	7	50	R\$ 78.540,00
TOTAL ELETROMIDIA								50	R\$ 78.540,00
PRAÇA	VEÍCULO	TIPO DE MÍDIA	TIPO DE COMPRA	DIMENSÃO / ÁREA	PERÍODO DE VEICULAÇÃO			QTD DE FACES	VALOR TABELA
					INÍCIO	FIM	TOTAL DE DIAS		
SÃO PAULO CAPITAL	ELETROMIDIA	PAINEL MUB CPTM -	POR FACE/ semanal	2,38x1,12m	13/01/2025	19/01/2025	7	50	R\$ 78.540,00
TOTAL ELETROMIDIA								50	R\$ 78.540,00

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - MÍDIA EXTERIOR (DOOH) SÃO PAULO CAPITAL PLANILHA 11													
DEZEMBRO 2024													
PRAÇA	VEÍCULO	LOCAL	TIPO	TIPO DE COMPRA	FORMATO	SEG.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO				TOTAL DE INSERÇÕES	VALOR TABELA	
							INÍCIO	FIM	TOTAL DE TELAS	TOTAL DE DIAS		UNITÁRIO	TOTAL
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Led 360° - Saguão Principal	SEMANAL	5,00x1,50m	10"	'23 dezembro	'29 dezembro	4	7	5.040	77.671,00	77.671,00
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Saguão Principal	SEMANAL	8,00x1,50m	10"	'23 dezembro	'29 dezembro	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Saguão Principal	SEMANAL	8,00x1,50m	10"	'23 dezembro	'29 dezembro	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Embarque	SEMANAL	11,00x1,50m	10"	'23 dezembro	'29 dezembro	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Embarque	SEMANAL	11,00x1,50m	10"	'23 dezembro	'29 dezembro	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Led - Desembarque	SEMANAL	6,00x2,00m	10"	'23 dezembro	'29 dezembro	2	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Cobertura Digital Plataformas - Painéis Digitais Embarque	SEMANAL	1920x1080px	10"	'23 dezembro	'29 dezembro	70	7	88.200		
TOTAL									83		114.660	R\$ 77.671,00	R\$ 77.671,00

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - MÍDIA EXTERIOR (DOOH) SÃO PAULO CAPITAL
PLANILHA 11 A

JANEIRO 2025													
PRAÇA	VEÍCULO	LOCAL	TIPO	TIPO DE COMPRA	FORMATO	SEG.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO				TOTAL DE INSERÇÕES	VALOR TABELA	
							INÍCIO	FIM	TOTAL DE TELAS	TOTAL DE DIAS		UNITÁRIO	TOTAL
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Led 360° - Saguão Principal	SEMANAL	5,00x1,50m	10"	20 janeiro /25	26 janeiro / 25	4	7	5.040	77.671,00	77.671,00
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Saguão Principal	SEMANAL	8,00x1,50m	10"	20 janeiro /25	26 janeiro / 25	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Saguão Principal	SEMANAL	8,00x1,50m	10"	20 janeiro /25	26 janeiro / 25	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Embarque	SEMANAL	11,00x1,50m	10"	20 janeiro /25	26 janeiro / 25	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Testeira de Led - Embarque	SEMANAL	11,00x1,50m	10"	20 janeiro /25	26 janeiro / 25	1	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Mega Led - Desembarque	SEMANAL	6,00x2,00m	10"	20 janeiro /25	26 janeiro / 25	2	7	1.260		
SÃO PAULO CAPITAL	NEOOH	Terminal Rodoviário Tietê	Cobertura Digital Plataformas - Painéis Digitais Embarque	SEMANAL	1920x1080px	10"	20 janeiro /25	26 janeiro / 25	70	7	88.200		
TOTAL							80				99.540	R\$ 77.671,00	R\$ 77.671,00

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - MÍDIA EXTERIOR (OUTDOOR)																				
PLANILHA 12																				
BI SEMANA 04 / 25 - de 13 a 26 janeiro 2025																				
Cidade	UF	População	Tipo	Meio	Formato	Endereço	Período	Dias	Qtde. Ins.		Qtde. de Período	Qtde. de Veiculação	Valor Unitário Tabela	Valor Total Bruto Negociado	Fluxo Médio Por Local (Semana)	Total Impactos	GRP Semanal	Frequência Semanal	Cobertura Semanal	TGRP
Americana	SP	239.612	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	8	8	1	8	R\$ 1.375,00	R\$ 11.000,00	197.679	3.162.864	660,00	13	52,38	1.320
Araçatuba	SP	201.745	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	10	10	1	10	R\$ 1.400,00	R\$ 14.000,00	199.581	3.991.620	989,27	16	62,25	1.979
Boituva	SP	62.284	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	4	4	1	4	R\$ 2.345,00	R\$ 9.380,00	56.421	451.368	362,35	10	37,65	725
Capão Bonito	SP	46.350	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	2	2	1	2	R\$ 2.345,00	R\$ 4.690,00	21.357	85.428	92,16	7	13,31	184
Garça	SP	42.025	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	2	2	1	2	R\$ 1.250,00	R\$ 2.500,00	12.084	48.336	57,51	7	8,75	115
Olímpia	SP	55.514	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	8	8	1	8	R\$ 2.345,00	R\$ 18.760,00	40.327	645.232	581,14	12	49,20	1.162
Pederneras	SP	45.118	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	2	2	1	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00	33.206	132.824	147,20	7	19,70	294
Rio Claro	SP	202.727	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	12	12	1	12	R\$ 1.250,00	R\$ 15.000,00	176.337	4.232.088	1043,79	16	63,50	2.088
Salto de Pirapora	SP	44.062	OOH	Outdoor Papel	9,00 x 3,00	Roteiro a ser definido	Bi-Semana (	14 dias)	2	2	1	2	R\$ 2.345,00	R\$ 4.690,00	37.683	150.732	171,05	8	22,18	342
												50	R\$ 85.020,00			12.900.492	4.104			

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - Portais São Paulo Estado
PLANILHA 13

PORTAL	FORMATO	TOTAL DE IMPRESSÕES	PERÍODO	dezembro 2024 impressões	janeiro 2025 impressões	fevereiro 2025 impressões	TIPO DE COMPRA	CUSTO UNITÁRIO TABELA	TOTAL BRUTO
				2 semanas	1 semana	1 semana			
GLOBO.COM	VGLOBO (Até 30" - com Skip)	750.000	4 semanas	375.000	187.500	187.500	CPM	150,00	R\$ 112.500,00
	BILLBOARD DESK 970x250px / MEIA PAGINA 300X600px / RETÂNGULO MOBILE 300x250px / NATIVE CARROSSEL 400X300	3.000.000	4 semanas	1.500.000	750.000	750.000	CPM	20,00	R\$ 60.000,00
TOTAL GLOBO.COM		3.750.000					--	--	R\$ 172.500,00
UOL	VÍDEIS ADS - 30" Vídeo Dimensão: 640x480 / Peso limite: 500mb	750.000	4 semanas	375.000	187.500	187.500	CPV	0,08	R\$ 60.000,00
	DISPLAY IAB / 300x250, 300x600, 728x90, 970x90, 970x250 e 320x100	3.000.000	4 semanas	1.500.000	750.000	750.000	CPM	14,00	R\$ 42.000,00
TOTAL UOL		3.750.000					--	--	R\$ 102.000,00
R7	Formatos Display: 728x90, 970x250, 300x250, 300x600	750.000	4 semanas	375.000	187.500	187.500	CPM	84,00	R\$ 63.000,00
	Vídeo Pré-roll / Pós-roll R7 Formato: 768x432 (16:9)	75.000	4 semanas	37.500	18.750	18.750	CPM	186,75	R\$ 14.006,25
	Vídeo Pré-roll / Pós-roll YOUTUBE Formato: 460x380	75.000	4 semanas	37.500	18.750	18.750	CPM	262,50	R\$ 19.687,50
TOTAL R7		900.000					--	--	R\$ 96.693,75
TERRA	Formatos Standard 970x250 / 300x600 / 300x250 / e 728x90	450.000	4 semanas	225.000	112.500	112.500	CPM	R\$ 137,81	R\$ 62.014,50
	TERRA VIDEOS - Inread Desktop (620x350) Inread Mobile (280x250) Pré Roll (8:8v)	37.500	4 semanas	18.750	9.375	9.375	CPM	R\$ 0,55	R\$ 20.625,00
TOTAL TERRA		487.500					--	--	R\$ 82.639,50
TOTAL PORTAIS		8.887.500		4.443.750	2.221.875	2.221.875			453.833,25

PLANILHA 14

DEZEMBRO 2024 - 2 semanas de 02 a 13 dezembro

PORT REG DEZ	VEÍCULO	média views setembro 2024	FORMATO	TIPO DE COMPRA	ESTIMATIVA DE IMPRESSÃO	CPM BRUTO	TOTAL TABELA
Araçatuba	RP10	341.837	728 x 90	CPM	120.000	R\$ 47,00	R\$ 5.640,00
	Sbt Interior	41.487	300 x 250	CPM	25.000	R\$ 24,00	R\$ 600,00
							R\$ 6.240,00
Araraquara	Araraquara Agora	101.843	728x90	CPM	80.000	R\$ 16,00	R\$ 1.280,00
	Araraquara News	51.864	728x90	CPM	30.000	R\$ 10,00	R\$ 300,00
	Portal RCIA	27.160	750 x 210	CPM	15.000	R\$ 12,00	R\$ 180,00
							R\$ 1.760,00
Barretos	Jornal de Barretos	52.206	460 x 90	CPM	26.000	R\$ 119,05	R\$ 3.095,30
							R\$ 3.095,30
Bauru	Sampi Bauru	5.007.000	970 x 250 / 300 X 250	CPM	50.000	R\$ 180,00	R\$ 9.000,00
	Social Bauru	92.782	1200 x 180	CPM	46.000	R\$ 7,50	R\$ 345,00
							R\$ 9.345,00
Campinas	A Cidade ON	4.102.000	970X250 / 300X100	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	Portal da RMC	1.246.000	728 x 90	CPM	80.000	R\$ 10,00	R\$ 800,00
	Rápido no Ar	193.412	970X250 / 320 X 100	CPM	65.000	R\$ 46,80	R\$ 3.042,00
	SAMPI Campinas	5.007.000	970X250 / 300X250	CPM	60.000	R\$ 180,00	R\$ 10.800,00
							R\$ 17.042,00
Marília	Giro Marília	513.529	300 x 250 / 728 x 90	CPM	80.000	R\$ 95,00	R\$ 7.600,00
	Marília Notícia	590.776	300x250	CPM	60.000	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00
							R\$ 10.000,00
Ribeirão Preto	A Cidade On	4.102.000	970X250 / 300X100	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	TH Mais	227.250	728 x 90	CPM	70.000	R\$ 59,90	R\$ 4.193,00
							R\$ 6.593,00
São Carlos	São Carlos Agora	1.181.000	970 x 250	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	São Carlos em Rede	87.292	900 x 250 / 300X250	CPM	70.000	R\$ 6,00	R\$ 420,00
							R\$ 2.820,00
São José do Rio Preto	Gazeta de Rio Preto	130.419	1140 x 200	CPM	80.000	R\$ 25,00	R\$ 2.000,00
	Região Noroeste	203.345	860 X 260	CPM	70.000	R\$ 40,00	R\$ 2.800,00
							R\$ 4.800,00
São José dos Campos	Informa	575.598	300 x 250	CPM	120.000	R\$ 10,00	R\$ 1.200,00
	Meon	175.539	300 x 250	CPM	90.000	R\$ 137,50	R\$ 12.375,00
	O Vale (Sampi)	5.007.000	970X250 / 300X250	CPM	60.000	R\$ 180,00	R\$ 10.800,00
	SP Rio +	103.437	970X250 / 320X180	CPM	50.000	R\$ 100,00	R\$ 5.000,00
	Vale 360 News	1.291.000	728 x 90	CPM	40.000	R\$ 83,90	R\$ 3.356,00
							R\$ 32.731,00
Sorocaba	Jr. Cruzeiro do Sul	579.448	300 x 250	CPM	100.000	R\$ 28,00	R\$ 2.800,00
							R\$ 2.800,00
							R\$ 97.226,30

*Média views setembro de 2024 - com base no Similar Web

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - Portais Interior do Estado

PLANILHA 15

JANEIRO

PORT REG DEZ	VEÍCULO	média views setembro 2024	FORMATO	TIPO DE COMPRA	ESTIMATIVA DE IMPRESSÃO	CPM BRUTO	TOTAL TABELA
Araçatuba	RP10	341.837	728 x 90	CPM	120.000	R\$ 47,00	R\$ 5.640,00
	Sbt Interior	41.487	300 x 250	CPM	25.000	R\$ 24,00	R\$ 600,00
							R\$ 6.240,00
Araraquara	Araraquara Agora	101.843	728x90	CPM	80.000	R\$ 16,00	R\$ 1.280,00
	Araraquara News	51.864	728x90	CPM	30.000	R\$ 10,00	R\$ 300,00
	Portal RCIA	27.160	750 x 210	CPM	15.000	R\$ 12,00	R\$ 180,00
							R\$ 1.760,00
Barretos	Jornal de Barretos	52.206	460 x 90	CPM	26.000	R\$ 119,05	R\$ 3.095,30
							R\$ 3.095,30
Bauru	Sampi Bauru	5.007.000	970 x 250 / 300 X 250	CPM	50.000	R\$ 180,00	R\$ 9.000,00
	Social Bauru	92.782	1200 x 180	CPM	46.000	R\$ 7,50	R\$ 345,00
							R\$ 9.345,00
Campinas	A Cidade ON	4.102.000	970X250 / 300X100	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	Portal da RMC	1.246.000	728 x 90	CPM	80.000	R\$ 10,00	R\$ 800,00
	Rápido no Ar	193.412	970X250 / 320 X 100	CPM	65.000	R\$ 46,80	R\$ 3.042,00
	SAMPI Campinas	5.007.000	970X250 / 300X250	CPM	60.000	R\$ 180,00	R\$ 10.800,00
							R\$ 17.042,00
Marília	Giro Marília	513.529	300 x 250 / 728 x 90	CPM	80.000	R\$ 95,00	R\$ 7.600,00
	Marília Notícia	590.776	300x250	CPM	60.000	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00
							R\$ 10.000,00
Ribeirão Preto	A Cidade On	4.102.000	970X250 / 300X100	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	TH Mais	227.250	728 x 90	CPM	70.000	R\$ 59,90	R\$ 4.193,00
							R\$ 6.593,00
São Carlos	São Carlos Agora	1.181.000	970 x 250	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	São Carlos em Rede	87.292	900 x 250 / 300X250	CPM	70.000	R\$ 6,00	R\$ 420,00
							R\$ 2.820,00
São José do Rio Preto	Gazeta de Rio Preto	130.419	1140 x 200	CPM	80.000	R\$ 25,00	R\$ 2.000,00
	Região Noroeste	203.345	860 X 260	CPM	70.000	R\$ 40,00	R\$ 2.800,00
							R\$ 4.800,00
São José dos Campos	Informa	575.598	300 x 250	CPM	120.000	R\$ 10,00	R\$ 1.200,00
	Meon	175.539	300 x 250	CPM	90.000	R\$ 137,50	R\$ 12.375,00
	O Vale (Sampi)	5.007.000	970X250 / 300X250	CPM	60.000	R\$ 180,00	R\$ 10.800,00
	SP Rio +	103.437	970X250 / 320X180	CPM	50.000	R\$ 100,00	R\$ 5.000,00
	Vale 360 News	1.291.000	728 x 90	CPM	40.000	R\$ 83,90	R\$ 3.356,00
							R\$ 32.731,00
Sorocaba	Jr. Cruzeiro do Sul	579.448	300 x 250	CPM	100.000	R\$ 28,00	R\$ 2.800,00
							R\$ 2.800,00
							R\$ 97.226,30

*Média views setembro de 2024 - com base no Similar Web

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - Portais Interior do Estado							
PLANILHA 16							
FEVEREIRO							
PORT REG FEV	VEÍCULO	média views setembro 2024	FORMATO	TIPO DE COMPRA	ESTIMATIVA DE IMPRESSÃO	CPM BRUTO	TOTAL TABELA
Araçatuba	RP10	341.837	728 x 90	CPM	120.000	R\$ 47,00	R\$ 5.640,00
	Sbt Interior	41.487	300 x 250	CPM	25.000	R\$ 24,00	R\$ 600,00
							R\$ 6.240,00
Araraquara	Araraquara Agora	101.843	728x90	CPM	80.000	R\$ 16,00	R\$ 1.280,00
	Araraquara News	51.864	728x90	CPM	30.000	R\$ 10,00	R\$ 300,00
	Portal RCIA	27.160	750 x 210	CPM	15.000	R\$ 12,00	R\$ 180,00
							R\$ 1.760,00
Barretos	Jornal de Barretos	52.206	460 x 90	CPM	26.000	R\$ 119,05	R\$ 3.095,30
							R\$ 3.095,30
Bauru	Sampi Bauru	5.007.000	970 x 250 / 300 X 250	CPM	50.000	R\$ 180,00	R\$ 9.000,00
	Social Bauru	92.782	1200 x 180	CPM	46.000	R\$ 7,50	R\$ 345,00
							R\$ 9.345,00
Campinas	A Cidade ON	4.102.000	970X250 / 300X100	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	Portal da RMC	1.246.000	728 x 90	CPM	80.000	R\$ 10,00	R\$ 800,00
	Rápido no Ar	193.412	970X250 / 320 X 100	CPM	65.000	R\$ 46,80	R\$ 3.042,00
	SAMPI Campinas	5.007.000	970X250 / 300X250	CPM	60.000	R\$ 180,00	R\$ 10.800,00
							R\$ 17.042,00
Marília	Giro Marília	513.529	300 x 250 / 728 x 90	CPM	80.000	R\$ 95,00	R\$ 7.600,00
	Marília Notícia	590.776	300x250	CPM	60.000	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00
							R\$ 10.000,00
Ribeirão Preto	A Cidade On	4.102.000	970X250 / 300X100	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	TH Mais	227.250	728 x 90	CPM	70.000	R\$ 59,90	R\$ 4.193,00
							R\$ 6.593,00
São Carlos	São Carlos Agora	1.181.000	970 x 250	CPM	120.000	R\$ 20,00	R\$ 2.400,00
	São Carlos em Rede	87.292	900 x 250 / 300X250	CPM	70.000	R\$ 6,00	R\$ 420,00
							R\$ 2.820,00
São José do Rio Preto	Gazeta de Rio Preto	130.419	1140 x 200	CPM	80.000	R\$ 25,00	R\$ 2.000,00
	Região Noroeste	203.345	860 X 260	CPM	70.000	R\$ 40,00	R\$ 2.800,00
							R\$ 4.800,00
São José dos Campos	Informa	575.598	300 x 250	CPM	120.000	R\$ 10,00	R\$ 1.200,00
	Meon	175.539	300 x 250	CPM	90.000	R\$ 137,50	R\$ 12.375,00
	O Vale (Sampi)	5.007.000	970X250 / 300X250	CPM	60.000	R\$ 180,00	R\$ 10.800,00
	SP Rio +	103.437	970X250 / 320X180	CPM	50.000	R\$ 100,00	R\$ 5.000,00
	Vale 360 News	1.291.000	728 x 90	CPM	40.000	R\$ 83,90	R\$ 3.356,00
							R\$ 32.731,00
Sorocaba	Jr. Cruzeiro do Sul	579.448	300 x 250	CPM	100.000	R\$ 28,00	R\$ 2.800,00
							R\$ 2.800,00
							R\$ 97.226,30
*Média views setembro de 2024 - com base no Similar Web							

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - FORMAIS INOVADORAS

PLANILHA 17

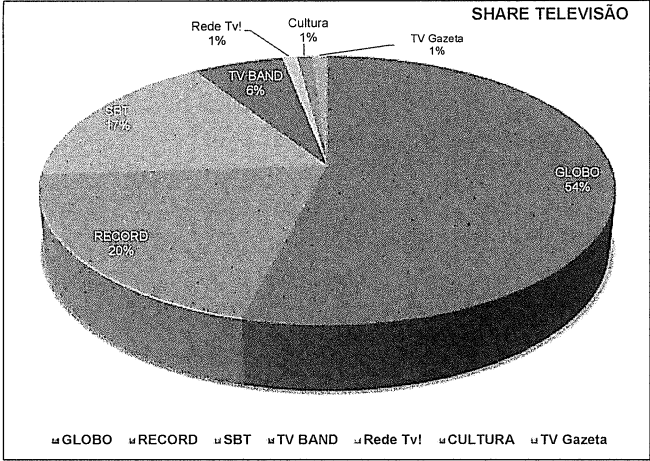
DEZEMBRO 2024 - JANEIRO E FEVEREIRO 2025															
Portal	Canal	Formato	Segmentação	Tipo de Compra	Impressões Estimadas	IMPRESSÕES			CPM Estimado	Views/ Cliques Estimados	CPV/CPC Estimado	Investimento	SH %		
						dezembro 2024	janeiro 2025	fevereiro 2025							
FACEBOOK / INSTAGRAM	Newsfeed	Carrossel	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPM	5.769.231	2.884.615	1.442.308	1.442.308	R\$ 3,25	-	-	R\$ 18.750,00	25%		
		Video		CPV	2.819.549	1.409.774	704.887	704.887	R\$ 6,65	312.500	R\$ 0,06	R\$ 18.750,00	25%		
		Page Post		CPM	4.895.561	2.447.781	1.223.890	1.223.890	R\$ 3,83	-	-	R\$ 18.750,00	25%		
		Stories		CPV	694.959	347.480	173.740	173.740	R\$ 26,98	312.500	R\$ 0,06	R\$ 18.750,00	25%		
TOTAL FACEBOOK + INSTAGRAM					14.179.300	7.089.650	3.544.825	3.544.825		625.000		R\$ 75.000,00	27%		
GOOGLE	Youtube	True View	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPV	1.362.309	681.154	340.577	340.577	R\$ 14,38	489.750	R\$ 0,04	R\$ 19.590,00	28%		
	Youtube	Bumper 6"	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPV	1.362.309	681.154	340.577	340.577	R\$ 14,38	489.750	R\$ 0,04	R\$ 19.590,00	28%		
	Google	Search	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPM	149.254	74.627	37.313	37.313	R\$ 67,00	9.091	R\$ 1,10	R\$ 10.000,00	15%		
	Programática/Display	Display/Banner	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPM	7.309.701	3.654.851	1.827.425	1.827.425	R\$ 2,68	5.487	R\$ 3,57	R\$ 19.590,00	28%		
TOTAL GOOGLE					10.183.573	5.091.786	2.545.893	2.545.893		994.078		R\$ 68.770,00	24%		
TIKTOK	Feed	Video	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPV	8.840.170	4.420.085	2.210.042	2.210.042	R\$ 7,07	1.562.500	R\$ 0,04	R\$ 62.500,00	100%		
TOTAL TIK TOK					8.840.170	4.420.085	2.210.042	2.210.042		1.562.500		R\$ 62.500,00	22%		
Kwai	Feed	Video	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPV	7.301.402	3.650.701	1.825.350	1.825.350	R\$ 4,28	91.912	R\$ 0,34	R\$ 31.250,00	100%		
TOTAL KWAI					7.301.402	3.650.701	1.825.350	1.825.350		91.912		R\$ 31.250,00	11%		
X	Feed	Video	ALCANCE: Target - A/S 18+ ABCDE ESTADO SP	CPV	6.250.000	3.125.000	1.562.500	1.562.500	R\$ 5,00	781.250	R\$ 0,04	R\$ 31.250,00	100%		
TOTAL X					6.250.000	3.125.000	1.562.500	1.562.500		781.250		R\$ 31.250,00	11%		
LOGAN		320 x 460 px	Geolocalização municípios em obras	CPV	40.000	20.000	10.000	10.000				R\$ 13.668,00	100%		
TOTAL LOGAN					40.000	20.000	10.000	10.000						R\$ 13.668,00	5%
TOTAL GERAL					46.794.445	23.397.222	11.708.611	11.698.611						R\$ 282.438,00	100,00%

VEICULO	PEÇA	DEZEMBRO 2024				JANEIRO 2025				FEVEREIRO 2025				TOTAL DE PEÇAS	VALOR TOTAL
		1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.	1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.	1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.		
FACEBOOK E INSTAGRAM	FILME 30"													1	R\$ -
	POST CARD 1080x1080px													4	R\$ -
	CARROSSEL 1080x1080px													4	R\$ -
	REELS 30" 1080x1920px													4	R\$ -
	STORIES 15" 1080x1920px													4	R\$ -
FACEBOOK	CAPA 851x315px													1	R\$ -
X / TWITTER	FILME 30"													1	R\$ -
															-
	POST 800x800px													4	R\$ -
	CAPA 1500x500px													1	R\$ -
LINKEDIN	POST / CARD 1200x627px													4	R\$ -
	FILME 30"													1	R\$ -
	CAPA 1128x191px													1	R\$ -
YOUTUBE	FILME 30"													1	R\$ -
	CAPA 2560x1440px													1	R\$ -
	REELS 30" 1080x1920px													4	R\$ -
TIKTOK	FILME 30"													1	R\$ -
	REELS 30" 1080x1920px													4	R\$ -
LANDING PAGE	Site criado para a campanha.													1	R\$ -
E-MAIL MARKETING	Envio via Intranet.													1	R\$ -
TOTAL RECURSOS PROPRIOS															R\$ -

SHARE TELEVISÃO				
Períodos Básicos (ABS ABCDE 18+ Grande São Paulo SET 2024 Live All)				
Faixas Horárias	Emissoras	Rat%	Shr% - TVs Abertas	Share Ponderado
Dia Inteiro	GLOBO	5,1350	52,3292	54%
	RECORD	1,8771	19,1292	20%
	SBT	1,6204	16,5130	17%
	TV BAND	0,5909	6,0219	6%
	Rede Tv!	0,1389	1,4155	1%
	CULTURA	0,1371	1,3973	1%
	TV Gazeta	0,0676	0,6892	1%
			97,4953	100%

SHARE TELEVISÃO				
Períodos Básicos (ABS ABCDE 18+ Grande São Paulo SET 2024 Live All)				
Faixas Horárias	Emissoras	Rat%	Shr% - TVs Abertas	Share Ponderado
Dia Inteiro	GLOBO	5,1350	52,3292	54%
	RECORD	1,8771	19,1292	20%
	SBT	1,6204	16,5130	17%
	TV BAND	0,5909	6,0219	6%
	Rede Tv!	0,1389	1,4155	1%
	CULTURA	0,1371	1,3973	1%
	TV Gazeta	0,0676	0,6892	1%
			97,4953	100%

GLOBO	54%
RECORD	20%
SBT	17%
TV BAND	6%
Rede Tv!	1%
CULTURA	1%
TV Gazeta	1%



CLIENTE: COHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SAO PAULO										
Crosstab (ABS ABCDE 18+Grande São Paulo)Live-1										
Nome Programa	Emissora	Da de Semanal	Horas (colmeant)	Horas (colmeant)	Total	Rate	Rate	Rate	Rate	Tarço (R\$)
Total	STQSSD	17.16.26	18.13.16		194.7283	1.2473	6.8870	15612.0239		
ACCELERADOS	TV BAND	10.38.40	10.58.40		53.6475	0.3436	2.2117	15612.0239		
AGRO CAMPO PRA VOCE	TV BAND	12.55.44	12.55.12		40.2942	0.2581	1.2980	15612.0240		
ALMA	TV BAND	10.03.00	10.38.40		26.8113	0.1855	1.1455	15612.0237		
APITO FINAL	TV BAND	18.00.15	20.00.15		159.5534	1.0220	3.2709	15612.0238		
AUTOMOBILISMO MAD	TV BAND	24.36.00	23.31.00		36.8429	0.2347	1.8461	15612.0240		
AUTOMOBILISMO MAT	TV BAND	08.40.00	11.47.20		136.6716	0.8754	5.3950	15612.0240		
AUTOMOBILISMO VES	TV BAND	12.58.20	14.20.20		61.9295	0.3967	1.6165	15612.0238		
BAND ELEICOES MAD	TV BAND	24.32.00	25.02.00		36.0710	0.2310	1.5918	15612.0241		
BAND ELEICOES MAT	TV BAND	08.58.00	10.30.00		10.0224	0.1923	1.4955	15612.0240		
BAND ELEICOES NOT	TV BAND	22.18.00	24.44.00		308.4904	1.9760	8.4215	15612.0238		
BAND ESPORTE CLUBE VES	TV BAND	13.59.12	15.44.24		46.9164	0.3025	1.3747	15612.0240		
BAND ESPORTE MAD	TV BAND	25.58.07	26.40.20		16.1001	0.2440	2.6568	15612.0239		
BAND ESPORTE MAT 1	TV BAND	11.42.00	12.00.00		77.3280	0.4953	2.8669	15612.0244		
BAND KIDS MAT	TV BAND	07.21.31	08.13.00		32.1733	0.2061	2.1634	15612.0239		
BORA BRASIL	TV BAND	09.00.00	10.59.20		43.1463	0.2764	2.1113	15612.0240		
BORA BRASIL LOCAL	TV BAND	08.00.00	09.00.00		23.5023	0.1505	1.2272	15612.0240		
BRASIL URGENTE 1	TV BAND	15.59.46	18.50.00		212.8588	1.3621	5.6021	15612.0240		
BRASIL URGENTE 2	TV BAND	18.50.00	19.20.00		236.5668	1.5345	5.2170	15612.0240		
BRASIL URGENTE SB	TV BAND	16.11.12	18.50.00		173.4777	1.1112	4.5363	15612.0240		
BRASIL URGENTE SB LOC	TV BAND	18.50.00	19.20.00		186.2450	1.2058	4.2940	15612.0240		
BWF MAD	TV BAND	26.05.00	26.59.14		59.9314	0.3813	2.8616	15612.0240		
CANAL LIVRE	TV BAND	23.29.45	24.39.30		68.9248	0.4415	2.3543	15612.0238		
CASA DECORADA	TV BAND	09.30.00	09.58.00		13.3491	0.0855	0.5670	15612.0239		
CINE CLUBE	TV BAND	24.43.00	25.00.00		4.4366	0.0286	2.0017	15612.0238		
CINE PRIVE	TV BAND	26.00.36	27.03.48		68.5452	0.4391	4.3494	15612.0240		
CINEMA NA MADRUGADA	TV BAND	28.01.36	29.28.36		45.2989	0.2922	4.2991	15612.0240		
DE CLON NA SERIE B	TV BAND	25.54.38	26.54.38		43.1463	0.2764	3.2871	15612.0238		
DIRECAO SOBRE RODAS	TV BAND	08.00.12	08.29.24		22.1163	0.1417	1.3213	15612.0240		
DOCUMENTO BAND	TV BAND	22.35.15	23.32.30		67.9354	0.4351	1.7444	15612.0240		
ESPORTE TOTAL MAD	TV BAND	25.47.44	26.57.12		59.9312	0.3813	2.8616	15612.0240		
ESTACAO CINEMA MAD	TV BAND	27.34.48	29.05.48		37.7481	0.2418	3.4086	15612.0239		
FLASH JORNALISMO BAND VIVO MAT	TV BAND	11.53.00	11.59.00		42.6159	0.2730	1.1848	15612.0236		
FUTEBOL VES	TV BAND	17.44.12	18.00.00		102.8814	0.6654	2.6491	15612.0238		
FUTSAL MAT	TV BAND	10.39.40	11.52.40		26.1466	0.1675	0.8986	15612.0238		
FUTSAL VES	TV BAND	12.30.00	14.02.00		47.8716	0.3086	1.5220	15612.0239		
HIPER CAP ALTO T REG	TV BAND	08.45.00	09.45.00		48.7763	0.3145	1.7665	15612.0238		
HORA MAX	TV BAND	22.37.24	23.31.48		108.7114	0.7027	2.6932	15612.0239		
HORARIO ELEITORAL NOT	TV BAND	20.30.00	20.40.00		150.9158	0.9667	3.3625	15612.0239		
HORARIO ELEITORAL VES	TV BAND	13.58.00	15.14.00		111.5480	0.7145	4.0256	15612.0239		
INTERPROGRAMA	TV BAND	18.46.30	18.51.00		54.2514	0.3475	1.8165	15612.0240		
JOGO ABERTO GSP	TV BAND	11.58.49	12.59.49		209.5716	1.3424	7.6790	15612.0240		
JOGO ABERTO MAT	TV BAND	11.59.22	12.59.22		117.4230	0.7423	5.5108	15612.0240		
JORNAL DA BAND	TV BAND	19.20.00	20.25.51		250.2376	1.6028	5.1709	15612.0240		
JORNAL DA BAND MAD	TV BAND	27.01.55	27.54.16		35.9095	0.2300	3.1313	15612.0240		
JORNAL DA NOITE	TV BAND	23.55.19	24.55.19		78.6159	0.5102	2.7279	15612.0240		
LINHA DE COMBATE MAD	TV BAND	25.07.00	26.28.45		47.0493	0.2993	2.5138	15612.0238		
MAIS INFO MAD	TV BAND	27.32.12	28.04.27		35.1182	0.2249	3.0253	15612.0239		
MASTER CHEF AMADORES	TV BAND	22.27.30	24.20.00		166.4492	1.0662	4.6448	15612.0239		
MELHOR DA NOITE	TV BAND	20.25.31	21.18.08		154.5851	0.9902	3.0044	15612.0239		
MELHOR DA TARDE	TV BAND	14.30.00	15.59.40		93.6297	0.5997	3.0905	15612.0240		
MMA NOT	TV BAND	22.30.36	24.38.48		97.2754	0.6231	2.7249	15612.0240		
MUNDO DOS NEGOCIOS VES	TV BAND	13.58.12	13.58.12		38.1118	0.2441	1.1862	15612.0240		
O MELHOR DO LFC	TV BAND	25.21.12	26.10.12		52.1766	0.3342	2.8614	15612.0239		
O MELHOR DO LFC MAT	TV BAND	11.45.00	12.00.00		11.3506	0.0727	0.3343	15612.0242		
O MELHOR DO LFC VES	TV BAND	12.15.00	12.54.00		14.4668	0.0918	3.0708	15612.0240		
OS DONOS DA BOLA	TV BAND	13.00.16	14.26.16		152.2231	0.9750	5.1474	15612.0239		
PARALAMAS CLASSICOS	TV BAND	22.00.00	23.00.00		72.4648	0.4643	1.6841	15612.0239		
PERRENGUE DO DIA	TV BAND	22.15.27	23.22.27		67.8823	0.4298	1.3233	15612.0239		
PERRENGUE NA BAND	TV BAND	20.00.15	22.00.00		189.0856	1.2112	3.5907	15612.0238		
PLANTAO BRASIL URGENTE VES	TV BAND	14.34.00	16.02.00		94.0117	0.6022	2.6568	15612.0239		
PLANTAO JORNALISMO BAND VES	TV BAND	10.18.15	10.18.15		101.7901	0.6586	1.5242	15612.0238		
PLANTAO JORNALISMO BAND VES	TV BAND	14.04.30	14.06.30		95.1899	0.5777	2.6825	15612.0236		
PRIMEIRO JORNAL	TV BAND	28.00.00	29.44.26		24.1398	0.1546	2.2431	15612.0239		
PROGRAMA DO JOAO	TV BAND	22.56.03	23.16.12		129.4530	0.8205	3.1777	15612.0239		
RELIGIOSO MAD	TV BAND	29.45.00	30.00.00		17.0138	0.1090	1.4625	15612.0239		
RELIGIOSO MAT	TV BAND	06.00.00	08.00.00		12.4736	0.0799	0.8009	15612.0240		
RELIGIOSO NOT	TV BAND	22.30.19	23.30.19		102.5731	0.3363	1.0287	15612.0240		
RELIGIOSO VES	TV BAND	13.07.24	13.37.36		26.5490	0.1701	0.8123	15612.0240		
RESENHA DO GALINHO	TV BAND	25.05.00	26.28.00		27.6655	0.1772	1.8832	15612.0241		
SAUDE E VOCE	TV BAND	08.45.00	09.45.00		48.7763	0.3145	1.4422	15612.0240		
SESSAO ESPECIAL MAD 1	TV BAND	26.11.36	27.32.36		37.9330	0.2430	2.5070	15612.0238		
SESSAO ESPECIAL NOT	TV BAND	22.25.00	23.58.30		66.5570	0.4263	1.7602	15612.0240		
SESSAO ESPECIAL VES	TV BAND	18.00.00	18.59.00		106.4159	0.6151	1.5887	15612.0241		
SEXPRIVE CLUB	TV BAND	27.03.48	28.01.36		56.5184	0.3620	4.5431	15612.0240		
SHOW DO ESPORTE	TV BAND	13.19.00	14.20.08		78.7679	0.5045	2.1985	15612.0238		
THE BLACKLIST	TV BAND	23.47.12	24.51.12		68.6831	0.4391	2.4511	15612.0240		
TOP CINE NOT	TV BAND	22.00.00	23.29.40		137.4953	0.8807	3.1119	15612.0238		
VENA COMIGO	TV BAND	07.00.00	07.30.24		37.3780	0.2394	2.9278	15612.0240		
VENDO NA TV	TV BAND	06.00.12	06.20.12		66.0363	0.2396	3.2979	15612.0240		
VIVA SORTE MAT	TV BAND	10.52.15	12.22.15		41.0728	0.2631	1.3395	15612.0238		
VOCE MELHOR	TV BAND	08.43.40	08.58.40		22.0705	0.1414	1.1853	15612.0240		
VOCE TORCEUAQUI	TV BAND	11.03.00	11.03.00		11.03.00	0.0750	1.1699	15612.0236		
ALTAS HORAS	GLOBO	23.43.00	25.23.24		705.8893	4.5214	24.7388	15612.0240		
ANTENA PAULISTA	GLOBO	06.45.20	07.14.20		317.1492	2.0314	27.2427	15612.0240		
AUTO ESPORTE	GLOBO	09.15.00	10.15.00		760.1236	4.9662	21.4882	15612.0240		
BOL. KOTIC ESTER CASA MAD	GLOBO	26.07.36	26.11.21		330.6476	2.1192	21.8997	15612.0240		
BOM DIA BRASIL	GLOBO	08.27.57	09.23.20		627.6466	4.0203	32.9609	15612.0240		
BOM DIA SP	GLOBO	08.11.24	08.28.24		598.2110	3.8381	37.3501	15612.0240		
CALEBRADO	GLOBO	17.18.40	17.18.40		877.5561	5.6210	23.5465	15612.0240		
CAMPEOES DE BILHETER	GLOBO	13.52.00	15.16.00		840.8801	6.0267	28.4668	15612.0239		
CAPITAL MOTOWEEK NOT	GLOBO	23.34.00	24.22.00		602.8309	3.8613	19.7755	15612.0233		
CENTRAL OLIMPICA	GLOBO	23.56.03	23.56.03		1280.4530	8.2205	31.4607	15612.0238		
CINEMACO	GLOBO	25.47.00	27.34.40		349.6449	2.2396	27.2247	15612.0240		
CIRCUITO BERTINHO	GLOBO	24.20.00	25.19.00		464.6364	2.8224	20.6086	15612.0241		
COSI ESP HOM BLVIVO SANTOS	GLOBO	16.59.00	16.59.00		760.1236	4.9662	22.4750	15612.0236		
CONVERSA COM BIAL	GLOBO	25.09.25	25.47.25		392.3575	2.5132	21.3381	15612.0239		
CORUJAO	GLOBO	27.27.47	29.47.47		270.6885	1.7684	20.0736	15612.0239		
CORUJAO CONT	GLOBO	06.00.00	06.00.00		308.3919	1.9793	27.3021	15612.0238		
DOMINGAO	GLOBO	18.31.00	20.44.45		1261.7978	8.2103	25.3313	15612.0240		
DOMINGAO PARTE 1	GLOBO	14.22.00	15.39.00		884.0108	5.6624	21.0237	15612.0240		
DOMINGAO WKOR	GLOBO	24.03.30	26.19.00		501.5497	3.2126	24.5216	15612.0237		
E DE CASA 1	GLOBO	06.58.00	08.54.00		473.7439	3.0345	30.9880	15612.0240		
E DE CASA 2	GLOBO	10.12.42	10.12.42		101.9942	0.2795	24.3408	15612.0240		
E DE CASA 3	GLOBO	10.39.00	12.02.00		688.9347	4.4128	26.0918	15612.0240		
ENCONTRO	GLOBO	09.29.00	10.33.38		515.2970	3.3006	26.0152	15612.0240		
ESPORTE ESPETACULAR	GLOBO	11.43.00	12.43.00		697.3987	4.4671	29.1178	15612.0238		
ESTRELA DA CASA	GLOBO	22.49.57	23.40.25		980.5660	6.2808	25.5409	15612.0240		
FANTASTICO	GLOBO	20.44.45	23.30.45		1306.5943	8.3692	27.3347	15612.0238		
FLASH JOGOS OLIMPICOS VIVO MAT	GLOBO	08.45.00	09.45.00		676.6287	4.3362	30.3395	15612.0241		
FLASH JORNALISMO GLOB VIVO MAT	GLOBO	08.39.00								

SUPERPOP	Rede Tv	Q	22.30 15	23.45 30	81.6339	0.5869	2.2179	15612.0239
THE REAL ESTATE BR	Rede Tv	S	22.59 45	24.03 15	24.0317	0.1539	0.6926	15612.0241
TV FAUNA	Rede Tv	STOGSS	20.58 21	21.53 23	53.9083	0.3453	1.1060	15612.0240
ULTRA PREMIO SHOW	Rede Tv	T	22.29 00	23.45 45	24.5537	0.4558	1.3552	15612.0243
ULTRA PREMIO SHOW MAD	Rede Tv	Q	25.32 00	27.00 00	7.8140	0.0501	0.5343	15612.0241
ULTRA SHOW	Rede Tv	T	22.33 00	24.04 20	48.3805	0.3183	1.3162	15612.0238
ULTRA SHOW MAD	Rede Tv	Q	25.33 15	27.00 00	13.5284	0.0887	0.9508	15612.0239
VOCE NA TV MAD	Rede Tv	S	25.58 15	27.00 00	10.3535	0.0666	0.7575	15612.0241
VOCE NA TV MAT	Rede Tv	S	08.14 45	08.58 15	11.8007	0.0782	0.6440	15612.0240
VOU TE CONTAR MAT	Rede Tv	STOGS	07.35 00	11.00 00	5.8436	0.0381	0.2922	15612.0239
Cresstab (ABS ABCDE 18+Grande São Paulo) - 3								
ACORTE OU CAIA	RECORD	D	14.20 00	16.08 00	464.6689	2.9784	10.0563	15612.0241
ACUMULADORES	RECORD	Q	22.44 12	24.06 36	262.3264	1.8085	7.9868	15612.0239
ADEUS SILVIO SANTOS	RECORD	D	09.02 00	09.45 30	147.2406	0.9431	6.3420	15612.0240
BALANÇO GERAL MANHA	RECORD	STOGS	06.31 30	07.15 00	161.8745	1.0389	10.9891	15612.0240
BALANÇO GERAL MANHA ANT	RECORD	STOGQ D	28.00 00	30.00 00	64.9332	0.4160	5.8811	15612.0239
BALANÇO GERAL MANHA SP	RECORD	STOGS	07.30 00	08.40 00	256.5720	13.4834	13.4834	15612.0240
BALANÇO GERAL SP ED SB	RECORD	S	13.46 36	14.44 06	285.2917	1.8914	8.8622	15612.0240
BALANÇO GERAL SP VES	RECORD	STOGS	13.25 31	15.11 45	484.8633	3.1057	16.7522	15612.0240
BRASIL CAMINHONHEIRO	RECORD	S	07.00 00	07.33 36	67.1141	0.4299	5.2160	15612.0240
CAMERA RECORD	RECORD	D	22.59 30	24.13 00	281.8983	1.8556	8.1348	15612.0238
CANTA COMIGO TEEN	RECORD	D	17.59 15	19.42 45	417.0527	2.6714	8.6116	15612.0238
CIDADE ALERTA	RECORD	STOGS	15.51 26	17.19 15	451.1263	1.6206	11.4386	15612.0240
CIDADE ALERTA ED SB	RECORD	S	18.55 00	19.45 00	388.0331	2.4555	9.4846	15612.0240
CIDADE ALERTA ED SB 2	RECORD	S	21.00 15	22.33 30	323.4239	2.0716	6.8388	15612.0239
CIDADE ALERTA SP	RECORD	STOGS	17.58 46	19.47 00	514.0708	19.6771	12.7554	15612.0240
CINE AVENTURA	RECORD	S	15.01 00	16.55 00	203.9391	1.8828	8.4312	15612.0240
CINE MAIOR VES	RECORD	D	13.59 00	15.53 40	354.0887	2.2681	9.6036	15612.0237
CINE RECORD ESPECIAL	RECORD	D	24.49 15	24.35 45	243.8800	1.5818	7.4120	15612.0240
DOMINGO ESPETACULAR	RECORD	D	19.42 45	22.59 30	543.0383	3.4783	10.7330	15612.0238
DOMINGO RECORD	RECORD	D	12.29 00	14.20 00	264.1432	1.8200	6.8740	15612.0241
ENTRE LINHAS	RECORD	S	25.44 00	25.45 00	65.0408	3.4166	3.3925	15612.0241
ESCOLA DO AMOR	RECORD	S	12.00 00	13.00 00	194.2415	1.2442	6.1589	15612.0240
ESCOLA DO AMOR MAD	RECORD	Q	26.04 30	26.34 30	44.8495	0.2872	3.5221	15612.0239
ESCOLA DO AMOR RESP	RECORD	S	25.58 40	26.48 00	46.1589	0.2149	3.4024	15612.0240
ESPATROA CRIANÇAS	RECORD	D	11.30 00	12.29 00	433.7610	2.7784	12.2770	15612.0241
FALA BRASIL	RECORD	STOGS	08.40 00	10.00 03	268.1007	1.7173	13.5546	15612.0240
FALA BRASIL ED SB	RECORD	S	07.33 36	12.43 36	247.7792	1.8433	12.9162	15612.0240
FALA QUE EU TE ESCUTO MAD	RECORD	TOGSS	24.51 08	26.07 29	75.0246	0.4606	4.0073	15612.0239
HEROIS ETERNOS	RECORD	S	22.14 36	22.41 24	252.8822	1.6204	5.7097	15612.0240
HOJE EM DIA	RECORD	STOGS	18.05 00	11.49 35	183.8500	1.8165	13.9127	15612.0240
HORA DO FARO	RECORD	D	15.57 15	17.59 15	280.4779	1.8606	6.5445	15612.0238
HORARIO ELEITORAL NOT	RECORD	SS	20.30 00	20.40 00	423.7000	2.7139	9.4403	15612.0239
HORARIO ELEITORAL VES	RECORD	SS	13.32 06	13.32 06	13.3206	0.4920	8.4270	15612.0239
HOSP COL IN TORT M	RECORD	S	22.46 00	23.56 00	237.1178	1.5188	6.3102	15612.0238
INTELEGENCIA E FEM	RECORD	S	26.05 36	27.05 36	38.9539	0.2386	2.5253	15612.0239
JORNAL DA RECORD	RECORD	STOGS	20.51 44	20.51 44	21.5203	10.6651	10.6651	15612.0239
JORNAL DA RECORD ED SB	RECORD	S	19.54 10	20.55 00	379.8411	2.4330	8.1158	15612.0240
JR 24H MAD	RECORD	STOGS	24.34 27	24.45 00	168.5523	1.0796	6.7033	15612.0240
JR 24H MAT	RECORD	STOGS	07.02 00	07.15 00	167.1155	1.1676	11.6693	15612.0240
JR 24H VES	RECORD	STOGS	15.56 39	17.00 25	343.0034	2.1970	10.1512	15612.0240
NOVELA 22H	RECORD	STOGS	21.54 19	22.45 33	358.8412	2.3036	7.5092	15612.0240
NOVELA 3	RECORD	STOGS	21.00 22	21.54 19	454.3325	2.5905	7.1162	15612.0240
NOVELA 3 MEL MOMENTOS	RECORD	S	21.27 00	23.00 00	302.4910	1.9376	6.5814	15612.0242
NOVELA DA TARDE 1	RECORD	STOGS	19.51 03	16.38 29	347.1770	2.2238	11.2540	15612.0240
PATRIULHA D FRONTEIR	RECORD	Q	22.24 30	23.47 30	248.0512	1.5889	6.1984	15612.0239
PLANTAO JORNALISMO RECORD VES	RECORD	S	15.30 00	16.38 00	82.4290	3.7332	16.2604	15612.0239
QUILOS MORTAIS	RECORD	S	22.44 24	24.22 24	361.7279	2.3170	9.8438	15612.0239
RECORD KIDS MAT	RECORD	D	09.00 45	10.30 45	153.0810	0.9805	6.4683	15612.0238
RELIGIOSO MAD	RECORD	STOGSSD	28.19 04	28.19 04	34.7800	2.2228	2.8646	15612.0239
RELIGIOSO MAT	RECORD	SD	06.00 00	07.30 00	35.9509	0.2303	2.6667	15612.0239
RELIGIOSO VES	RECORD	STOGSS	14.53 07	14.56 16	482.6465	3.1556	15.8965	15612.0240
REPORTER RECORD INH	RECORD	S	23.46 00	23.52 00	234.6039	2.5709	6.6008	15612.0240
SERIE DE DOMINGO	RECORD	D	24.13 00	25.08 30	176.6486	1.1315	7.5394	15612.0238
SERIE DE SABADO	RECORD	S	24.36 00	25.13 12	114.2187	1.1159	6.8761	15612.0240
SERIE PREMIUM	RECORD	D	17.02 08	24.34 12	171.0216	1.0964	6.1196	15612.0240
SUPER TELA NOT	RECORD	S	23.00 00	24.36 00	231.2137	1.4810	6.5873	15612.0240
TUDO MUNDO ODEIA O CHRIS VES	RECORD	D	10.31 45	13.21 45	239.6265	1.5349	7.8079	15612.0238
A PRACA E NOSSA NOT	RECORD	Q	24.00 46	24.49 30	240.4860	1.5010	13.4932	15612.0239
ARENA SBT	SBT	S	23.36 15	24.51 45	212.7539	1.3628	7.6282	15612.0241
BAKE OFF BRASIL	SBT	S	20.55 00	22.27 20	308.3832	1.9817	6.4438	15612.0240
CHEGA MAIS	SBT	SS	20.55 00	22.27 20	180.3329	2.2191	8.1140	15612.0240
CHEGA MAIS NOTICIAS	SBT	STOGS	11.47 55	13.27 11	184.3644	1.2450	7.4455	15612.0240
CINE ESPETACULAR	SBT	T	23.20 00	24.57 30	289.0522	1.9155	10.6177	15612.0241
CINE EM CASA	SBT	S	17.50 00	17.59 00	17.5900	1.7940	6.0000	15612.0240
CIRCO DO TIRU	SBT	S	17.59 00	19.45 30	271.6372	1.7399	6.3320	15612.0240
COLECAO SBT	SBT	Q	23.17 00	23.58 00	267.0549	1.7106	7.4477	15612.0238
DOMINGO DA SIL SANT	SBT	D	11.00 00	11.49 30	165.2504	0.1843	16.8643	15612.0240
DOMINGO LEGAL 1	SBT	D	11.27 40	15.15 00	469.0768	3.0046	13.1845	15612.0238
DOMINGO LEGAL 2	SBT	D	15.15 00	16.49 20	522.9044	3.3494	12.5242	15612.0238
DOMINGO LEGAL 3	SBT	D	18.15 00	19.49 20	528.7140	3.2649	10.9992	15612.0238
E TUDO NOSSO	SBT	S	23.24 12	24.57 12	231.6446	1.4838	7.4393	15612.0239
ESQUADRAO DA MODA	SBT	S	20.51 00	22.23 00	364.4433	2.3344	7.8022	15612.0242
FOFOLALZANDO	SBT	STOGS	16.15 00	17.29 00	262.8555	1.5814	7.3514	15612.0240
FUTEBOL NOT	SBT	T	21.14 30	23.38 00	780.0137	4.9982	16.6254	15612.0238
FUTEBOL VES	SBT	TO	15.39 20	16.03 20	226.6168	1.4516	6.8079	15612.0238
HORARIO ELEITORAL NOT	SBT	SS	20.30 00	20.40 00	287.0637	1.8028	6.5187	15612.0239
HORARIO ELEITORAL VES	SBT	SS	13.00 00	13.10 00	161.2101	1.0336	5.8324	15612.0239
NOTIC IMPRESSIONANTES MAD	SBT	S	24.14 00	26.26 15	187.5644	1.2014	8.3516	15612.0240
NOTIC IMPRESSIONANTES MAT	SBT	D	09.00 00	11.00 00	187.2211	1.2633	7.8915	15612.0238
NOVELA NOITE 1	SBT	STOGS	21.59 42	22.30 45	334.7046	2.1439	6.8837	15612.0240
NOVELA NOITE 2	SBT	STOGS	21.13 51	21.57 31	351.6512	2.2524	6.8645	15612.0240
NOVELA NOITE ESTREIA	SBT	STOGS	20.48 55	21.45 32	345.8555	2.2153	6.7115	15612.0239
NOVELA NOTE REAPRI	SBT	STO	18.41 40	19.45 00	212.3782	1.3504	4.5503	15612.0242
NOVELA TARDE 13H	SBT	STOGS	13.29 57	14.31 55	243.2878	1.5583	8.1334	15612.0240
NOVELA TARDE 14H	SBT	STOGS	14.31 55	15.26 14	260.3738	1.8659	8.5481	15612.0240
NOVELA TARDE 15H	SBT	STOGS	16.47 46	16.10 26	187.4984	1.8415	9.3971	15612.0240
OSIRIADO SILVIO	SBT	SD	10.30 00	20.30 00	378.0999	2.4293	13.3471	15612.0238
OPERACAO MESQUITA	SBT	STOGS	26.45 46	26.19 48	151.1579	0.9721	9.6999	15612.0240
PE NA ESTRADA	SBT	D	07.00 00	07.30 00	138.2100	0.8917	11.1141	15612.0238
PIAO DA FELICIDADE	SBT	D	11.00 00	11.05 40	222.3591	1.4243	7.6494	15612.0238
PLANTAO SBT MAT	SBT	S	11.29 00	13.00 00	149.6504	3.8689	18.3034	15612.0238
PRIMEIRO IMPACTO	SBT	STOGS	06.00 00	07.30 00	96.9783	1.2617	13.3218	15612.0240
PRIMEIRO IMPACTO 2	SBT	STOGS	07.30 00	08.31 27	216.3840	1.3860	11.4014	15612.0240
PROGRAMA DO RATINHO	SBT	S	22.36 32	23.37 26	232.1413	2.2561	8.8616	15612.0240
PROGRAMA RALA DIL	SBT	S	12.15 48	14.06 12	160.5306	1.1564	5.5756	15612.0240
PROGRAMA SILVIO SANTOS	SBT	D	19.00 00	24.03 00	588.2821	3.7681	12.2639	15612.0238
RODA A RODA	SBT	D	19.00 00	19.00 00	19.0000	10.9343	10.9343	15612.0238
SABADO ANIMADO	SBT	S	06.00 00	11.16 48	155.4434	0.9957	8.4963	15612.0240
SABADOU	SBT	S	22.26 15	24.14 00	368.3711	2.3595	9.4870	15612.0240
SBT AGRO MAT	SBT	D	14.07 00	14.07 00	14.0700	0.8402	10.0602	15612.0238
SBT APRES LUCO TOON	SBT	S	11.13 45	12.02 15	167.4282	1.0724	5.8685	15612.0240
SBT BRASIL	SBT	STOGSS	19.49 00	20.46 45	310.3676	1.9881	6.2563	15612.0240
SBT NEWS NA TV	SBT	STOGSD	20.17 16	20.30 15	30.0017	11.6244	11.5507	15612.0239
SBT NEWS NA TV MAT	SBT	D	06.00 00	07.00 00	129.2648	0.8280	11.6043	15612.0238
SBT PODNIGHT	SBT	STOGS	26.19 48	27.11 44	118.4511	0.7587	9.1465	15612.0240
SBT SPORTS	SBT	D	08.00 00	08.00 00	8.00			

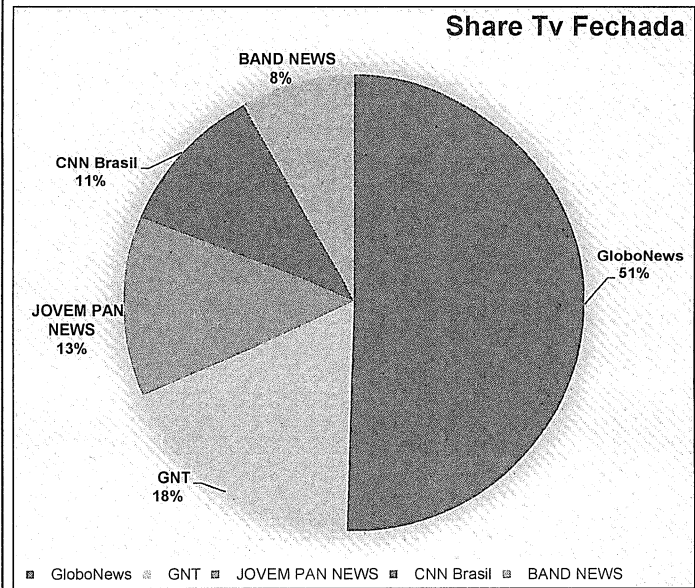
REPORTER RECORD INV NOT	RECORD NEWS	S	23.06 45	24 08 45	11.7712	0,0754	0,3209	15612,0240
REPORTER RECORD INV VES	RECORD NEWS	D	16.32 15	16 30 30	11,7978	0,0756	0,2626	15612,0238
RESSOAR VES	RECORD NEWS	S	6.30 45	6 30 15	6,1906	0,0397	0,1389	15612,0238
SAO PAULO DA SORTE	RECORD NEWS	D	08.59 30	09 59 45	4,7052	0,0301	0,2086	15612,0238
SOL FANEO DOS BICHOS	RECORD NEWS	D	18.14 15	19 47 15	16,6181	0,1084	0,3341	15612,0238
ZAPPING MAD	RECORD NEWS	S	17.20 00	20 21 00	2,9354	0,0162	0,2149	15612,0236
ZAPPING NOT 1	RECORD NEWS	S	18.59 12	20 00 48	13,6048	0,0871	0,3345	15612,0240
44 GATOS	TV CULTURA	S	10.26 45	10 39 45	35,7339	0,2289	1,3707	15612,0240
44 GATOS VES	TV CULTURA	D	15.04 20	15 17 20	2,6735	0,1581	0,6553	15612,0237
A CIVILIZACAO CACAUI	TV CULTURA	T	28.00 00	28 59 00	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0243
A COBERTA D ALMA	TV CULTURA	T	28.00 00	29 00 00	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0239
A FIOR DAS BRUXAS	TV CULTURA	STOGSS	17.51 44	18 26 49	44,8938	0,2816	1,9338	15612,0240
AGROCIULTURA MAT	TV CULTURA	S	09.59 45	10 30 45	8,9399	0,0630	0,3881	15612,0238
AGROCIULTURA MAT 1	TV CULTURA	S	08.30 30	07 02 45	0,1775	0,0011	0,0121	15612,0241
AGROCIULTURA NOT	TV CULTURA	T	20.27 15	20 59 00	13,6553	0,0875	0,2572	15612,0239
AMAUARY JR	TV CULTURA	S	23.02 48	24 01 48	10,3365	0,0662	0,2799	15612,0239
ANA BOLINHA	TV CULTURA	STOGSSD	13.10 14	13 18 50	41,3407	0,2648	1,3736	15612,0239
ANTA GARIB AM GUER	TV CULTURA	Q	27.59 00	28 59 00	14,6597	0,0952	1,4278	15612,0241
ARENA DOS SABERES	TV CULTURA	Q	19.59 12	20 59 00	15,1935	0,0973	0,3019	15612,0239
ARENA DOS SABERES NOT	TV CULTURA	S	19.53 24	20 53 12	14,2173	0,0911	0,3052	15612,0240
Crescitas (ABS ABCDE 16+Grande São Paulo/Liv)-s								
ARTE E MATEMATICA MAD	TV CULTURA	S	29.00 24	29 29 00	3,5842	0,0230	0,3504	15612,0240
AS AVENTURAS DE TINTIN NOT	TV CULTURA	Q	19.29 12	19 54 24	29,0521	0,1861	0,6039	15612,0239
ASAS E HISTORIAS MAT	TV CULTURA	S	10.57 36	10 58 24	19,2268	0,1232	0,7359	15612,0240
ASAS E HISTORIAS MAT 1	TV CULTURA	Q	11.04 00	11 14 45	16,3850	0,1050	0,5664	15612,0238
AUTOMOBILISMO NOT	TV CULTURA	S	21.29 00	23 08 40	10,5229	0,0674	0,2975	15612,0237
AUTOMOBILISMO VES	TV CULTURA	Q	16.00 00	16 00 00	14,7627	0,0945	0,2644	15612,0241
BALAO	TV CULTURA	D	09.01 00	09 59 30	9,3789	0,0601	0,4152	15612,0238
BEM BRASIL MAD	TV CULTURA	S	24.05 00	25 31 00	10,2032	0,0654	0,4136	15612,0242
BULEY	TV CULTURA	S	09.04 24	09 19 36	17,9324	0,1149	0,8033	15612,0240
BLUEY VES	TV CULTURA	D	15.17 20	15 32 00	23,6874	0,1517	0,6348	15612,0237
BOAS PRATIC ESCOLAR MAT	TV CULTURA	D	11.15 00	12 14 15	19,2993	0,1236	0,6268	15612,0238
BOAS PRATIC ESCOLAR VES	TV CULTURA	TD	45.19 00	16 00 00	16,2888	0,1089	1,3391	15612,0238
BORRACHA P VITORIA	TV CULTURA	D	28.30 00	29 30 00	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0240
BRASIL MOSTR S CARA MAT	TV CULTURA	D	10.31 00	11 03 00	15,8740	0,1017	0,5379	15612,0241
BRASIL MOSTR S CARA VES	TV CULTURA	D	12.15 00	12 47 20	9,2957	0,0556	1,2979	15612,0237
CABARET LITERARIO MAD	TV CULTURA	S	28.03 30	28 59 30	3,6929	0,0237	0,3347	15612,0241
CAFE CONCERTO	TV CULTURA	Q	24.00 00	25 07 00	3,8068	0,0244	0,1606	15612,0234
CAFE FILOSOF EXPRES	TV CULTURA	S	22.29 45	23 29 45	7,4340	0,0470	0,1940	15612,0238
CAFE FILOSOF EXPRES NOT	TV CULTURA	T	22.01 00	22 30 00	14,5972	0,0935	0,3136	15612,0240
CAFE FILOSOFICO NOT	TV CULTURA	D	19.02 00	20 01 00	21,5489	0,1380	0,4316	15612,0238
CAMAR CASIC PROVINC	TV CULTURA	D	29.27 00	29 27 00	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0241
CAMARA VIVA	TV CULTURA	S	10.40 12	10 47 00	24,5999	0,1576	0,6567	15612,0240
CAMAROTE PONTO 21 MAD	TV CULTURA	D	25.08 15	25 38 15	0,9829	0,0063	0,0540	15612,0238
CAMAROTE PONTO 21 MAD 1	TV CULTURA	S	23.29 45	23 59 45	5,5513	0,0381	0,1756	15612,0239
CARTAO VERDE NOT 1	TV CULTURA	S	28.00 00	28 59 00	24,4586	0,1567	0,4642	15612,0241
CASA BRASIL	TV CULTURA	Q	20.29 15	20 59 00	28,0702	0,1798	0,5540	15612,0239
CASTELO RA TIM BUM NOT	TV CULTURA	S	21.00 30	21 02 30	10,5694	0,0679	0,2000	15612,0236
CENTENARIO TCE SP	TV CULTURA	S	19.23 24	19 51 12	24,6931	0,1516	0,5270	15612,0238
CHE CLT	TV CULTURA	STOGSS	12.45 15	12 47 00	40,6986	0,2607	1,4473	15612,0240
CINEMATOGRAFO	TV CULTURA	D	23.00 45	24 35 00	3,9178	0,0251	0,1211	15612,0238
CLASSICOS NOT	TV CULTURA	S	25.15 30	25 43 45	7,1856	0,0460	0,4033	15612,0241
COCORICO MAT	TV CULTURA	STOGSS	22.50 20	24 02 00	7,7141	0,0494	0,1963	15612,0241
COMUNIDADE DO BUTIL	TV CULTURA	STOGSS	07.03 27	07 16 27	7,7189	0,0494	0,4777	15612,0240
CONFISSEOS DE ADOLESCENTE NOT	TV CULTURA	S	29.20 00	29 20 00	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0239
CONTOS ASSUST MASHA	TV CULTURA	S GSS	13.50 00	14 03 30	47,3627	0,3034	1,4889	15612,0239
CONTOS DA MEIA NOTIE MAD	TV CULTURA	S	14.11 21	14 27 15	41,1121	0,2530	0,8074	15612,0240
CONTOS TERR SAGRADA	TV CULTURA	Q	28.00 00	29 00 00	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0240
CULTURA LIVRE MAD 1	TV CULTURA	S	25.44 30	26 14 15	6,1474	0,0394	0,3955	15612,0241
CULTURA LIVRE NOT	TV CULTURA	S	19.23 24	19 53 24	17,7516	0,1137	0,3915	15612,0240
CULTURA RETRO MAD	TV CULTURA	Q	27.28 30	27 52 00	4,0969	0,0260	0,3907	15612,0239
DA MODO	TV CULTURA	D	22.03 45	22 58 30	7,2008	0,0461	0,1557	15612,0238
DE QUONHO VOTO NOT	TV CULTURA	S	22.00 00	22 27 36	24,6121	0,1576	0,5099	15612,0238
DESAF ENG FABR FUT NOT	TV CULTURA	S	22.24 00	23 22 00	14,3878	0,0912	0,3326	15612,0238
DESAF ENG FABR FUT VES	TV CULTURA	D	15.37 00	16 24 00	34,5616	0,2214	0,8313	15612,0240
DIARIO DE MIKA MAT	TV CULTURA	STOGSS	07.17 17	07 26 19	11,5642	0,0741	0,6835	15612,0240
DINO RANCH	TV CULTURA	S	08.48 24	10 12 12	18,9315	0,8231	0,8512	15612,0240
DIRECOES MAD	TV CULTURA	S	27.58 48	28 58 36	25,2596	0,1682	0,2325	15612,0239
EDUCACAO BRASILEIRA MAD	TV CULTURA	S	25.58 48	26 58 36	5,8764	0,0376	0,5184	15612,0241
ENERGIA	TV CULTURA	STOGSS	06.00 20	06 30 00	7,7389	0,0175	0,2157	15612,0240
ENERGIA ANT	TV CULTURA	STOGSS D	29.58 33	30 00 00	1,6988	0,0109	0,1452	15612,0238
ENSAIO MAD	TV CULTURA	D	25.00 00	25 00 00	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0239
ENSAIO MAD 1	TV CULTURA	D	27.29 30	28 30 15	0,0016	0,0001	0,0016	15612,0238
ENTRE LINHAS MAD 2	TV CULTURA	Q	27.30 12	27 59 48	3,7867	0,0243	0,3599	15612,0239
ENTRE LINHAS NOT	TV CULTURA	S	19.53 00	19 53 00	27,7702	0,1533	0,5445	15612,0240
ESP CULT MEIO AMBIENTE MAD	TV CULTURA	S	29.28 00	29 55 00	6,3166	0,0405	0,6260	15612,0238
ESP CULT MEIO AMBIENTE MAD 1	TV CULTURA	S	29.30 20	29 57 40	3,6768	0,0236	0,3515	15612,0241
ESQUADRO MAR AZUL	TV CULTURA	S	08.19 48	08 28 12	15,7470	0,1059	0,9061	15612,0240
ESTACAO LIVRE MAT	TV CULTURA	S	22.28 00	23 00 15	13,8921	0,0817	0,3101	15612,0238
ESTACAO LIVRE MAT	TV CULTURA	S	08.29 48	07 01 48	4,1334	0,0266	0,3643	15612,0240
FABRICA DO SOM	TV CULTURA	S	23.58 00	24 58 00	11,8224	0,0744	0,4022	15612,0235
FANZINE	TV CULTURA	S	24.01 00	24 31 00	4,3333	0,0271	0,1521	15612,0241
FIGURAS DA DANCA MAD	TV CULTURA	D	26.00 30	26 30 15	0,1990	0,0013	0,0139	15612,0238
FIGURAS DA DANCA MAD 1	TV CULTURA	Q	24.32 00	25 00 00	8,2895	0,0403	0,2787	15612,0241
FUTEBOL VES	TV CULTURA	SD	14.18 10	16 37 10	26,8378	0,1647	0,6534	15612,0240
FUTURANDO MAD 1	TV CULTURA	S	24.38 15	25 08 00	0,4497	0,0029	0,0207	15612,0238
GIRO BRASIL	TV CULTURA	T	06.30 00	07 03 30	2,6899	0,0172	0,1786	15612,0239
GIRO BRASIL MAT	TV CULTURA	S	07.12 30	07 30 15	12,1397	0,0730	1,0118	15612,0238
GIRO ECONOMICO	TV CULTURA	Q	23.00 45	23 29 30	8,2526	0,0529	0,2029	15612,0239
GIRO ECONOMICO MAT	TV CULTURA	Q	06.30 00	07 00 24	6,8822	0,0437	0,4562	15612,0239
GRAND TEAT FRET BRAND	TV CULTURA	S	27.52 00	27 52 00	2,1955	0,0141	0,2728	15612,0239
HINO NACIONAL MAD	TV CULTURA	STOGSSD	29.54 31	29 58 42	2,1263	0,0136	0,1841	15612,0240
HINO NACIONAL MAD CONT	TV CULTURA	D	06.00 00	06 01 00	10,0000	0,0641	1,0227	15612,0241
HINO NACIONAL MAT	TV CULTURA	S	10.8837	10 00 00	0,6232	0,0037	0,0697	15612,0238
HINO NACIONAL MAT ANT	TV CULTURA	SD	29.58 00	30 00 00	6,3166	0,0405	0,5712	15612,0238
HIPER CONECTADO 2 EXIB	TV CULTURA	D	15.30 20	16 00 40	22,6237	0,1449	0,5484	15612,0238
HISTORIA ARTE BRASIL MAD 1	TV CULTURA	S	20.08 30	20 56 00	9,0944	0,0560	0,2077	15612,0238
HORARIO ELEITORAL NOT	TV CULTURA	SS	20.30 00	20 40 30	7,8435	0,0490	0,1706	15612,0239
HORARIO ELEITORAL VES	TV CULTURA	SS	13.10 20	13 20 00	13,0000	0,0784	0,4315	15612,0240
INGLES COM MUSICA MAD	TV CULTURA	STOGSS	29.00 14	29 54 33	1,8924	0,0121	0,1736	15612,0240
INTERROGRAMA	TV CULTURA	TG S	20.33 43	20 38 34	17,2600	0,1106	0,4681	15612,0240
IRMAO DO JOEL	TV CULTURA	STOGSS	18.29 23	18 41 36	18,3360	0,1322	1,3322	15612,0240
JAZZ SINFONICA BR MAD	TV CULTURA	TGSSS	26.21 26	26 25 17	4,5379	0,0291	0,2808	15612,0241
JAZZ SINFONICA BR MAD 1	TV CULTURA	T	25.00 00	25 59 15	2,1338	0,0137	0,1226	15612,0239
JAZZ SINFONICA BR NOT	TV CULTURA	D	20.01 00	20 59 00	14,1817	0,0949	0,2817	15612,0238
JAZZ SINFONICA BR NOT 1	TV CULTURA	S	23.49 00	23 53 00	2,6319	0,0169	0,0786	15612,0244
JORNAL DA CULTURA	TV CULTURA	STOGSS	20.59 00	22 00 11	35,3900	0,2287	0,6956	15612,0240
JORNAL DA CULTURA MAD	TV CULTURA	STOGSS	26.31 03	27 29 36	5,5208	0,0339	0,4324	15612,0240
JORNAL DA TARDE	TV CULTURA	STOGSS	11.58 38	12 45 16	39,2707	0,2515	1,4681	15612,0240
KID E CATS MAT	TV CULTURA	STOGSS	07.44 38	07 50 58	18,8476	0,1207	1,0766	15612,0240
KID E CATS VES	TV CULTURA	STOGSS	13.01 45	13 01 45	14,1200	0,0818	1,0552	15612,0240
KID E CATS VES 1	TV CULTURA	D	13.02 40	13 08 40	15,3848	0,0985	0,4604	15612,0237
LEGAO ESTRANGEIRA	TV CULTURA	Q	22.00 00	22 58 30	20,5627	0,1316	0,4400	15612,0238
LEITURAS DO BRASIL	TV CULTURA	T	29.10 30	29 10 30	0,0000	0,0000	0,0000	15612,0235
LETRA LIVRE MAD	TV CULTURA	S	28.03 00	28 58 00	1,9637	0,0126	0,1839	15612,0240
LIBRAS PARA TODOS NOT	TV CULTURA	QSSD	26.34 49	26 40 49	5,7672	0,0369	0,3223	15612,0238
LIBRAS PARA TODOS NOT	TV CULTURA	S	12.38 02	13 44 30	23,4432	0,1587	0,4581	15612,0238
LIVRAS CRUZADAS	TV CULTURA	Q	22.00 36	23 00 00	16,5711	0,1062	0,3599	15612,0239
MANOS E MENAS MAD 1	TV CULTURA	S	25.03 00	26 02 15	3,7			

CLIENTE: CDHU - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Periodos Básicos (ABS ABCDE 18+ RM - PayTV 01082024 to 31082024 Live All)				
Faixas Horárias	Emissoras	Rat%	Shr% [Total Ligados]	Shr% Ponderado
Dia Inteiro	SPORTV	0,1107	0,6623	
Dia Inteiro	VIVA	0,0817	0,4888	
Dia Inteiro	SPORTV 2	0,0710	0,4247	
Dia Inteiro	Universal TV	0,0499	0,2982	
Dia Inteiro	PREMIERE CLUBES	0,0572	0,3424	
Dia Inteiro	AXN	0,0440	0,2632	
Dia Inteiro	GloboNews	0,0503	0,3010	
Dia Inteiro	Discovery Channel	0,0358	0,2139	
Dia Inteiro	ESPN	0,0642	0,3842	
Dia Inteiro	TNT	0,0211	0,1261	
Dia Inteiro	MEGAPIX	0,0292	0,1747	
Dia Inteiro	Discovery Home & Health	0,0279	0,1667	
Dia Inteiro	Warner	0,0249	0,1491	
Dia Inteiro	TNT Series	0,0280	0,1675	
Dia Inteiro	MULTISHOW	0,0214	0,1280	
Dia Inteiro	Discovery ID	0,0189	0,1132	
Dia Inteiro	Space	0,0180	0,1075	
Dia Inteiro	ESPN2	0,0083	0,0496	
Dia Inteiro	GNT	0,0183	0,1092	
Dia Inteiro	JOVEM PAN NEWS	0,0125	0,0749	
Dia Inteiro	Animal Planet	0,0106	0,0632	
Dia Inteiro	PREMIERE 3	0,0062	0,0372	
Dia Inteiro	TELECINE ACTION	0,0163	0,0974	
Dia Inteiro	TELECINE PIPOCA	0,0126	0,0754	
Dia Inteiro	TLC	0,0109	0,0652	
Dia Inteiro	PREMIERE 2	0,0146	0,0872	
Dia Inteiro	Sony	0,0111	0,0662	
Dia Inteiro	PREMIERE 4	0,0091	0,0544	
Dia Inteiro	TELECINE PREMIUM	0,0103	0,0617	
Dia Inteiro	CNN Brasil	0,0105	0,0631	
Dia Inteiro	Nick Jr	0,0098	0,0589	
Dia Inteiro	TELECINE FUN	0,0070	0,0420	
Dia Inteiro	Discovery Turbo	0,0046	0,0275	
Dia Inteiro	BAND NEWS	0,0079	0,0472	
Dia Inteiro	SPORTV 3	0,0265	0,1587	
Dia Inteiro	TELECINE TOUCH	0,0058	0,0345	
Dia Inteiro	HBO	0,0067	0,0403	
Dia Inteiro	Paramount Network	0,0067	0,0399	
Dia Inteiro	Food Network	0,0069	0,0410	
Dia Inteiro	BANDSPORTS	0,0049	0,0295	
Dia Inteiro	H2	0,0067	0,0401	
Dia Inteiro	HGTV	0,0049	0,0292	
Dia Inteiro	ESPN4	0,0064	0,0382	
Dia Inteiro	Cinecanal	0,0033	0,0200	
Dia Inteiro	Disney Channel	0,0051	0,0303	
Dia Inteiro	AMC	0,0066	0,0397	
Dia Inteiro	Cartoonito	0,0044	0,0262	
Dia Inteiro	HBO2	0,0068	0,0408	
Dia Inteiro	PREMIERE 5	0,0049	0,0296	
Dia Inteiro	E! Entertainment	0,0069	0,0415	
Dia Inteiro	TELECINE CULT	0,0035	0,0208	
Dia Inteiro	MTV	0,0048	0,0288	
Dia Inteiro	Comedy Central	0,0026	0,0157	
Dia Inteiro	ESPN3	0,0021	0,0128	
Dia Inteiro	Sony Movies	0,0014	0,0085	
Dia Inteiro	WOOHOO	0,0015	0,0091	
Dia Inteiro	Adult Swim	0,0024	0,0142	
Dia Inteiro	ESPN5	0,0011	0,0066	
Dia Inteiro	PREMIERE 6	0,0006	0,0035	
Dia Inteiro	TCM	0,0012	0,0072	
Dia Inteiro	Film & Arts	0,0010	0,0058	
Dia Inteiro	TRAVEL BOX BRAZIL	0,0009	0,0051	
Dia Inteiro	Trace Brazuca	0,0006	0,0035	
Dia Inteiro	PREMIERE 7	0,0001	0,0006	
Dia Inteiro	Markket	0,0001	0,0006	
Dia Inteiro	PREMIERE 8 MOSAICO	0,0000	0,0000	
Dia Inteiro	SPORTV 4	0,0269	0,1610	
			6,5751	

Emissoras	Rat%	Shr% [Total Ligados]	Shr% Ponderado
GloboNews	0,0503	0,3010	51%
GNT	0,0183	0,1092	18%
JOVEM PAN NEWS	0,0125	0,0749	13%
CNN Brasil	0,0105	0,0631	11%
BAND NEWS	0,0079	0,0472	8%
		0,5954	100%

GloboNews	51%
GNT	18%
JOVEM PAN NEWS	13%
CNN Brasil	11%
BAND NEWS	8%



COMSCORE

Data Source :
Geography :
Time Period :
Key Measures
Top 1000 Properties [Undup.]

Desktop only
Brazil
August 2024
Target :
Media :
Date :

Desktop only
Brazil
August 2024
INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 54 OR 55+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 54 OR 55+) } AND State
(The Top 1000 Properties are determined by Total Audience Unique Visitors for the selected month and 14/09/2024

©2024 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Tagging Status	Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	% Composition Unique Visitors	Composition Index UV	Composition Index PV	Average Daily Visitors (000)	Total Minutes (MM)	Total Pages Viewed (MM)	Total Visits (000)	Average Minutes per Visit	Average Visits per Visitor
			Total Internet : Custom Target	7.509	100,0	18,1	100	100	3.954	6.347	8.804	318.361	19,9	42,4
			Top 1000 Properties											
1	[P]	0	Microsoft Sites	7.629	101,6	18,6	103	85	1.441	340	412	87.527	3,9	11,5
2	[P]	0	Google Sites	6.743	89,8	18,1	100	92	2.188	719	865	169.849	4,2	25,2
3	[P]	1	UOL	5.063	67,4	18,9	104	152	721	234	124	33.822	6,9	6,7
4	[P]	1	Globo	4.947	65,9	18,9	105	112	756	103	119	35.482	2,9	7,2
5	[P]	0	Facebook	4.536	60,4	17,6	97	92	1.043	226	152	60.567	3,7	13,4
6	[P]	1	Yahoo	2.306	30,7	17,5	97	93	340	61	70	17.538	3,5	7,6
7	[P]	0	SP.GOV.BR	1.704	22,7	62,6	346	437	224	111	139	12.143	9,2	7,1
8	[P]	0	MercadoLibre	1.649	22,0	21,2	117	181	191	126	294	9.962	12,6	6,0
9	[P]	1	Terra Networks	1.597	21,3	22,7	126	177	118	19	32	5.542	3,3	3,5
10	[P]	1	Glassdoor	1.445	19,2	27,4	152	116	48	1	2	1.479	0,4	1,0
11	[P]	0	Amazon	1.440	19,2	17,7	98	95	152	17	31	7.689	2,2	5,3
12	[P]	1	R7 Portal	1.341	17,9	16,9	93	71	95	7	9	3.589	2,0	2,7
13	[P]	1	Spotify	1.168	15,6	15,5	86	78	164	5	5	2.893	1,7	2,5
14	[P]	0	Grupo Magazine Luiza	1.165	15,5	20,4	113	150	70	9	16	3.002	2,9	2,6
15	[P]	0	CANVA.COM	1.117	14,9	16,9	93	83	131	129	224	8.138	15,9	7,3
16	[P]	0	BETNACIONAL.COM	1.055	14,1	17,9	99	99	78	2	4	2.788	0,5	2,6
17	[P]	0	OLX Inc.	1.016	13,5	19,9	110	101	46	13	45	2.309	5,8	2,3
18	[P]	0	WWW.GOV.BR	1.005	13,4	17,0	94	84	65	1	10	2.359	0,5	2,3
19	[P]	0	Pinterest	981	13,1	15,9	88	84	99	14	11	4.840	2,9	4,9
20	[P]	1	Metropoles Sites	973	13,0	21,4	118	103	57	1	4	2.033	0,7	2,1
21	[P]	0	ChatGPT	899	12,0	15,4	85	85	109	44	52	6.018	7,2	6,7
22	[P]	1	Webedia Sites	862	11,5	20,2	111	113	35	1	3	1.209	0,7	1,4
23	[P]	0	Netflix Inc.	854	11,4	17,0	94	96	138	18	12	6.413	2,8	7,5
24	[P]	0	BETANO.COM	844	11,2	16,3	90	58	75	13	18	3.170	4,1	3,8
25	[P]	1	7Grais	803	10,7	12,4	69	53	47	2	3	1.667	1,2	2,1
26	[P]	1	CNNBRASIL.COM.BR	738	9,8	20,3	113	97	48	3	3	1.666	1,9	2,3
27	[P]	0	Adobe Sites	738	9,8	19,2	106	113	60	7	7	2.785	2,5	3,8
28	[P]	1	Next Millennium	737	9,8	17,6	98	81	32	1	2	1.065	0,8	1,4
29	[P]	1	LETRAS.MUS.BR	714	9,5	16,5	91	86	33	2	3	1.152	1,5	1,6
30	[P]	0	Bytedance Inc.	708	9,4	16,3	90	68	57	7	5	2.457	2,9	3,5
31	[P]	0	Shopee Pte Ltd	656	8,7	19,4	107	137	62	8	12	3.208	2,6	4,9
32	[P]	1	Brainly Sites	632	8,4	15,6	86	98	23	4	13	883	4,1	1,4
33	[P]	0	FAZENDA.GOV.BR	631	8,4	19,5	108	152	59	13	46	2.995	4,4	4,7
34	[P]	0	Linkedin	620	8,3	22,6	125	150	52	4	6	2.383	1,6	3,8
35	[P]	1	Webmotors SA	586	7,8	29,1	161	279	43	6	21	1.773	3,5	3,0
36	[P]	0	Wikimedia Foundation Sites	585	7,8	16,1	89	72	40	5	4	1.577	3,1	2,7
37	[P]	0	The Walt Disney Company	547	7,3	18,8	104	98	45	3	5	1.785	1,4	3,3
38	[P]	1	Serasa Sites	519	6,9	23,3	129	119	22	1	3	833	1,7	1,6
39	[P]	0	Alibaba.com Corporation	490	6,5	18,9	105	120	37	6	9	1.576	3,7	3,2
40	[P]	0	Opera Software	463	6,2	15,7	87	82	26	1	2	864	0,9	1,9
41	[P]	0	ILOVEPDF.COM	462	6,2	15,6	87	96	40	8	8	1.734	4,5	3,8
42	[P]	0	Valve Corporation	433	5,8	15,6	86	46	29	1	2	505	2,6	1,2
43	[P]	0	ROBLOX.COM	426	5,7	13,2	73	68	111	199	170	8.899	22,4	20,9
44	[P]	0	JusBrasil	419	5,6	18,4	101	110	30	5	6	1.360	3,3	3,2
45	[P]	0	NOVIBET.COM	417	5,6	17,1	95	98	31	1	1	1.035	0,6	2,5
46	[P]	1	FANDOM Sites	410	5,5	14,6	81	72	44	1	5	1.904	0,8	4,6
47	[P]	0	DISCORD.COM	408	5,4	15,2	84	58	67	62	39	4.013	15,5	9,8
48	[P]	1	Grupo Abril	407	5,4	16,8	93	21	11	0	0	336	0,5	0,8
49	[P]	0	X (formerly Twitter)	400	5,3	16,8	93	62	46	5	5	2.402	2,1	6,0
50	[P]	0	Freestar	395	5,3	13,8	77	119	26	3	5	972	2,9	2,5
51	[P]	1	Grupo Estado	378	5,0	23,5	130	231	50	19	10	2.166	8,6	5,7
52	[P]	1	IG Portal	370	4,9	17,3	95	100	40	2	4	1.472	1,2	4,0
53	[P]	0	IP.TV	345	4,6	58,5	323	338	42	35	58	1.928	18,3	5,6
54	[P]	1	TripAdvisor Inc.	343	4,6	21,4	119	134	16	2	3	570	2,9	1,7
55	[P]	0	BitTorrent Network	329	4,4	16,4	91	69	41	0	0	292	0,2	0,9
56	[P]	0	RECLAMEAQUI.COM.BR	326	4,3	24,5	136	144	15	0	2	537	0,7	1,6
57	[P]	1	INFOMONEY.COM.BR	320	4,3	19,0	105	30	24	1	2	790	1,4	2,5
58	[P]	0	HOTMART.COM	315	4,2	19,1	105	89	27	11	14	1.265	9,0	4,0
59	[P]	0	TJSP.JUS.BR	302	4,0	54,0	299	390	52	78	96	3.360	23,1	11,1
60	[P]	0	CORREIOS.COM.BR	301	4,0	23,5	130	116	20	2	2	719	3,0	2,4

61 [P]	0 Warner Bros. Discovery	295	3,9	17,8	99	96	27	2	2	1.180	1,4	4,0
62 [P]	0 CAIXA.GOV.BR	286	3,8	16,7	92	74	38	20	31	1.876	10,8	6,6
63 [P]	0 Apple Inc.	282	3,8	16,9	93	112	13	1	1	428	2,2	1,5
64 [P]	1 Overwolf	258	3,4	14,8	82	56	29	2	4	988	1,9	3,8
65 [P]	0 Grupo Santander	256	3,4	26,8	148	110	15	2	3	545	4,0	2,1
66 [P]	0 Via Varejo	249	3,3	20,4	113	122	13	1	3	483	1,6	1,9
67 [P]	0 Playwire	246	3,3	15,2	84	89	25	33	14	1.248	26,3	5,1
68 [P]	0 Poki Sites	244	3,3	17,2	95	73	16	0	1	660	0,7	2,7
69 [P]	0 ZENDESK.COM	244	3,2	22,3	123	113	28	2	3	1.371	1,3	5,6
70 [P]	1 BBC Sites	238	3,2	17,2	95	91	12	0	1	424	0,8	1,8
71 [P]	0 Itau Unibanco Holding S.A.	237	3,2	30,4	168	238	18	9	10	832	10,3	3,5
72 [P]	0 Indeed	233	3,1	30,8	170	136	10	2	4	393	5,3	1,7
73 [P]	0 DATAPREV.GOV.BR	232	3,1	17,3	95	59	16	3	6	644	4,6	2,8
74 [P]	1 Automattic	228	3,0	15,6	86	147	13	2	2	549	3,6	2,4
75 [P]	0 Banco Bradesco sites	228	3,0	24,0	133	101	20	6	10	979	5,8	4,3
76 [P]	1 CIFRACLUB.COM.BR	225	3,0	18,5	102	113	14	2	3	643	3,2	2,9
77 [P]	0 ZOOM.US	215	2,9	22,5	124	148	16	2	2	616	3,1	2,9
78 [P]	0 INSS.GOV.BR	214	2,9	17,7	98	27	15	2	3	601	2,7	2,8
79 [P]	1 Ziff Davis	212	2,8	16,8	93	109	13	1	1	462	1,2	2,2
80 [P]	1 Diarios Associados	211	2,8	12,9	71	24	27	1	1	873	1,1	4,1
81 [P]	0 CPFL.COM.BR	211	2,8	64,3	355	365	12	2	5	394	5,9	1,9
82 [P]	1 CONJUR.COM.BR	209	2,8	20,1	111	101	13	1	1	430	1,5	2,1
83 [P]	0 Adeinta Spain	208	2,8	30,8	171	169	11	1	4	500	2,2	2,4
84 [P]	0 B2W Digital	208	2,8	20,9	116	118	10	1	1	371	2,1	1,8
85 [P]	0 FREEPIK.COM	205	2,7	15,2	84	66	17	1	2	738	1,3	3,6
86 [P]	1 Navent	203	2,7	23,2	128	123	10	3	4	427	6,9	2,1
87 [P]	0 LINKTR.EE	201	2,7	17,0	94	77	11	0	1	365	0,7	1,8
88 [P]	0 Elo7 Sites	201	2,7	20,7	115	115	12	2	2	473	3,6	2,4
89 [P]	0 GUPY.IO	199	2,7	26,5	147	186	14	5	10	535	9,0	2,7
90 [P]	1 EXAME.COM	195	2,6	18,5	103	46	10	1	1	320	2,0	1,6
91 [P]	0 Banco do Brasil	193	2,6	20,3	112	106	24	9	20	1.092	8,4	5,6
92 [P]	0 Softonic.com Sites	193	2,6	15,8	87	83	8	0	1	266	0,7	1,4
93 [P]	0 Scribd	188	2,5	14,7	81	69	9	0	1	307	1,5	1,6
94 [P]	1 Grupo Perfil	180	2,4	21,7	120	112	11	0	0	408	0,3	2,3
95 [P]	1 EBC.COM.BR	176	2,3	17,2	95	79	8	0	1	278	0,7	1,6
96 [P]	0 Grupo Carso	173	2,3	22,3	123	133	9	2	3	339	4,7	2,0
97 [P]	0 PCACCELERATEPRO.COM	173	2,3	16,0	89	61	26	1	1	981	1,4	5,7
98 [P]	0 Reddit	170	2,3	17,8	98	74	12	1	1	448	2,0	2,6
99 [P]	0 ECONODATA.COM.BR	167	2,2	21,7	120	146	8	0	1	266	1,6	1,6
100 [P]	0 SBI Holdings	166	2,2	17,9	99	91	7	0	0	208	1,7	1,3
101 [P]	0 Carrefour Group	162	2,2	30,9	171	219	7	1	2	248	2,6	1,5
102 [P]	1 Raptive (formerly CafeMedia)	162	2,2	14,3	79	89	12	0	1	446	1,1	2,8
103 [P]	1 Lance! Sites	161	2,1	22,8	126	172	9	1	2	343	1,5	2,1
104 [P]	1 VAGAS.COM.BR	159	2,1	27,9	154	203	7	2	2	274	5,7	1,7
105 [P]	1 JOVEMPAN.COM.BR	157	2,1	33,0	183	177	11	1	1	400	1,3	2,5
106 [P]	1 MediaLab	157	2,1	16,3	90	77	11	0	1	395	0,5	2,5
107 [P]	1 IstoE Publicacoes	156	2,1	23,0	127	75	11	1	1	335	1,8	2,1
108 [P]	0 USP.BR	156	2,1	23,8	132	297	12	2	3	513	3,4	3,3
109 [P]	0 TELEGRAM.ORG	156	2,1	19,7	109	104	9	0	0	304	1,2	2,0
110 [P]	0 Priceline.com Incorporated	154	2,0	18,0	100	93	9	2	1	307	5,4	2,0

EasyMedia4

Rádio Recall

AMERICANA

AS, ABCDE 18+

ARE - 22/04/2024 A 29/04/2024

SEGUNDA A SEXTA

06-19

AMERICANA E REGIAO

Emissora

OPM#

AFIN%

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-NOT FM

10.899,54

108,53

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-VOX 90 FM

9.749,81

106,46

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-FM GOLD

4.101,66

109,18

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-MASSA FM

1.455,06

108,00

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-BRASIL FM

946,16

82,91

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-STA BAR FM

877,84

104,08

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-AZUL FM

349,96

107,26

ARE - AM-*NAO ASSINANTE-NV TEMP AM

#329,87

#111,62

ARE - AM-*NAO ASSINANTE-CLUBE AM

#85,04

#86,73

ARE - FM-*NAO ASSINANTE-ESTILO FM

27,30

111,62

EasyMedia4
Rádio Recall

ARAÇATUBA		SEGUNDA A SEXTA	
		06-19	
		AS, ABCDE 18+	
		ARACATUBA	
		ARC - 03/06/2024 A 10/06/2024	
Emissora	OPM#	AFIN%	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-NAT FM	3.160,35	106,43	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-BAN FM	2.543,79	104,50	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-CULT FM	1.628,01	109,31	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-CL FM	1.473,41	110,50	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-VIV FM	1.091,17	111,47	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-PÉRO FM	975,40	109,19	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-TROPI FM	751,76	106,79	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-JV PAN FM	715,62	107,49	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-RD ALE FM	445,78	109,36	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-NOS RD FM	354,43	102,36	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-NOVABR FM	238,12	109,22	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-PLAY T FM	178,41	111,47	
ARC - FM-*NÃO ASSINANTE-SH FM	33,91	111,47	

EasyMedia4
Rádio Recall

BAURU	SEGUNDA A SEXTA	
	06-19	
	AS, ABCDE 18+	
	BAU - 22/04/2024 A 29/04/2024	
	BAURU	
Emissora	OPM#	AFIN%
BAU - FM-NATIVA FM	14.427,99	104,10
BAU - FM-*NAO ASSINANTE-96 FM	5.900,74	110,02
BAU - FM-94 FM	4.925,98	102,52
BAU - FM-AURI VERDE JP NEWS FM	1.718,66	104,92
BAU - FM-*NAO ASSINANTE-RD ALE FM	909,80	98,24
BAU - FM-*NAO ASSINANTE-JP FM	897,33	103,32
BAU - FM-*NAO ASSINANTE-TOP FM	697,31	75,34
BAU - AM-*NAO ASSINANTE-710 AM	#410,69	#111,12
BAU - FM-*NAO ASSINANTE-UNESP FM	365,53	105,46
BAU - FM-*NAO ASSINANTE-RD CAM FM	166,24	105,30

EasyMedia4
Rádio Recall

Linhas	SEGUNDA A SEXTA	
	06-19	
	CAM - JUL/2024 A SET/2024	
	CAMPINAS	
	AS, ABCDE, 18+	
CAMPINAS	OPM#	AFIN%
CAM - FM-BAND FM	12.311,42	106,60
CAM - FM-EDUCADORA FM	10.263,21	107,15
CAM - FM-ANTENA 1	7.885,05	108,29
CAM - FM-CIDADE FM 92.5	6.755,19	106,40
CAM - FM-LASER FM 93.3	6.625,73	108,46
CAM - FM-JOVEM PAN	5.900,53	107,83
CAM - FM-NATIVA FM	5.462,01	108,31
CAM - FM-CBN FM 99.1	5.268,81	108,18
CAM - FM-NOVABRASIL FM	2.778,24	108,35
CAM - FM-JOVEM PAN NEWS	2.596,94	109,54
CAM - FM-MASSA FM 98.3	1.766,29	109,54
CAM - FM-RÁDIO BANDEIRANTES FM	1.528,47	108,10
CAM - FM-KISS FM	955,52	109,54
CAM - FM-EP FM 84.9	332,77	108,08
CAM - AM-JOVEM PAN NEWS	266,71	109,54
CAM - FM-MELPHIS FM 99.7	265,05	105,72

EasyMedia4

Rádio Recall

RIBEIRÃO PRETO		SEGUNDA A SEXTA	
		06-19	
		RPR - 02/10/2023 A 09/10/2023	
		AS, ABCDE, 18+	
		RIBEIRAO PRETO	
Emissora	OPM#	AFIN%	
RPR - FM-CLUBE FM 100.5	12.417,14	108,94	
RPR - FM-MEGA FM 92.3	11.936,37	105,94	
RPR - FM-CONQUISTA FM 97.7	8.823,89	109,19	
RPR - FM-MELODY FM 94.1	7.572,61	108,80	
RPR - FM-106 FM SERTANEJA 106.7	5.823,32	107,73	
RPR - FM-JOVEM PAN FM 93.1	4.759,60	103,39	
RPR - FM-CLUBE 1 FM 96.7	2.448,25	104,62	
RPR - FM-DIÁRIO FM 99.7	2.308,41	109,19	
RPR - FM-*NÃO ASSINANTE-OTIMA FM	2.005,78	107,57	
RPR - FM-NOVABRASIL FM 91.3	1.791,66	109,19	
RPR - FM-*NÃO ASSINANTE-KISS FM	1.661,72	109,19	
RPR - FM-DIFUSORA FM 97.1	1.258,09	109,19	
RPR - FM-R91 FM 91.7	776,94	102,65	
RPR - FM-CBN FM 90.5	512,06	109,19	
RPR - AM-*NÃO ASSINANTE-CMN AM	414,38	109,19	
RPR - FM-*NÃO ASSINANTE-USP FM	394,09	109,19	
RPR - AM-*NÃO ASSINANTE-79 AM	156,93	109,19	
RPR - FM-*NÃO ASSINANTE-RD BANDE FM	49,83	79,29	
RPR - FM-*NÃO ASSINANTE-R ALELUI FM	14,01	109,19	
RPR - FM-*NÃO ASSINANTE-MASSA FM	8,73	31,64	
RPR - AM-*NÃO ASSINANTE-CUL 1330 AM	NA	NA	
RPR - AM-CLUBE 1 AM	NA	NA	

EasyMedia4
Rádio Recall

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO	SEGUNDA A SEXTA	
	06-19	
	SRP - 16/10/2023 A 23/10/2023	
	AS, ABCDE, 18+	
	SAO JOSE DO RIO PRETO	
Emissora	OPM#	AFIN%
SRP - FM-NATIVA FM 102.1	8.969,47	106,45
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-BAND FM	6.582,56	107,65
SRP - FM-FM DIÁRIO 89.9	5.608,60	107,57
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-KBOING FM	3.434,08	106,26
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-40 GRAUS FM	1.592,89	100,11
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-LIDER FM	1.379,49	108,15
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-JOV PA FM	1.314,13	105,31
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-ANTENA 1	829,34	108,15
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-MIX FM	818,54	95,55
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-EDUCATIVA	526,75	108,15
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-INTERATI FM	446,98	108,15
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-CBN FM	400,20	108,15
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-RED ALE FM	167,15	108,15
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-CLUBE	124,43	108,15
SRP - FM-*NÃO ASSINANTE-MASSA	88,63	108,15
SRP - AM-*NÃO ASSINANTE-NOV TE AM	77,92	108,15

EasyMedia4
Rádio Recall

	06-19	
	SAC - 02/10/2023 A 09/10/2023	
	AS, ABCDE, 18+	
	SAO CARLOS	
Emissora	OPM#	AFIN%
SAC - FM-CLUBE FM 104.7	11.873,94	104,33
SAC - FM-*NÃO ASSINANTE-EP FM	2.682,28	107,88
SAC - FM-*NÃO ASSINANTE-DBC FM	1.794,30	109,11
SAC - FM-*NÃO ASSINANTE-NATIVA FM	1.759,24	91,44
SAC - FM-91 FM SERTANEJA 91.1	1.452,02	108,56
SAC - FM-JOVEM PAN/POP FM 88.5	1.039,76	106,88
SAC - FM-*NÃO ASSINANTE-UNIVERSI FM	958,74	105,18
SAC - AM-*NÃO ASSINANTE-SAO CAR AM	230,43	109,88
SAC - FM-*NÃO ASSINANTE-INTERSOM FM	223,76	93,07
SAC - FM-*NÃO ASSINANTE-UFSCAR FM	163,91	109,88
SAC - AM-CLUBE AM	NA	NA

EasyMedia4
Rádio Recall

	06-19	
	SJC - 11/03/2024 A 18/03/2024	
	AS, ABCDE 18+	
	SAO JOSE DOS CAMPOS	
Emissora	OPM#	AFIN%
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-NATIVA FM	10.581,64	103,41
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-OTIMA FM	9.821,55	106,26
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-BAN VALE FM	5.246,25	109,37
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-JV PAN FM	4.211,21	104,37
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-ANTENA 1 FM	4.207,98	111,37
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-CAN NOVA FM	2.582,91	107,91
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-STE VALE FM	2.558,88	110,41
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-MIX FM	2.278,36	106,11
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-VIDA FM	2.274,04	111,60
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-RD ALEL FM	1.183,76	109,25
SJC - AM-*NÃO ASSINANTE-CBN VALE AM	170,77	111,60
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-LOGOS FM	122,40	111,60
SJC - AM-*NÃO ASSINANTE-METROPOL AM	99,03	111,60
SJC - AM-*NÃO ASSINANTE-CLUBE AM	76,30	111,60
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-ENERGIA FM	11,36	111,60
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-CCR FM R-SP	0,00	0,00
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-CAPITAL FM	0,00	0,00
SJC - FM-*NÃO ASSINANTE-NOSSA RD FM	NA	NA
SJC - FM-MELPHIS FM VALE 95.1	NA	NA

EasyMedia4
Rádio Recall

	06-19	
	AS, ABCDE, 18+	
	SOV - 20/05/2024 A 27/05/2024	
	SOROCABA VOTORANTIM	
Emissora	OPM#	AFIN%
SOV - FM-ANTENA 1 FM	13.495,98	110,31
SOV - FM-BAND FM	13.201,32	105,98
SOV - FM-VANGUARDA FM	7.239,41	105,20
SOV - FM-TOP FM	7.084,50	104,73
SOV - FM-JOVEM PAN FM	5.395,25	110,40
SOV - FM-CRUZEIRO FM	3.798,84	109,03
SOV - FM-NATIVA FM	3.192,31	110,69
SOV - FM-*NAO ASSINANTE-DS AMOR FM	1.628,37	110,89
SOV - FM-*NAO ASSINANTE-NV SERTJ FM	473,25	104,59
SOV - AM-*NAO ASSINANTE-BOA NV AM	232,77	103,81
SOV - FM-*NAO ASSINANTE-RD ALEL FM	151,01	100,56
SOV - FM-*NAO ASSINANTE-CANT FM	82,24	82,84